



Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Trabajo Fin de Grado

EL IMPACTO DE LAS TICs EN LAS ASESORIAS:
NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Curso académico 2016/2017

Alumno: JOAQUIN MARTINEZ GARCIA.

Tutor: SERGIO GALIANA ESCANDELL

INDICE

Resumen.....	4
1 Justificación.....	5
2 Introducción.....	5
3 Objetivo general y objetivos específicos.....	7
4 Metodología.....	7
5 Marco teórico.....	8
5.1 Caracterización del sector de los despachos profesionales en España.....	8
5.1.1 Evolución del número de Asesorías.....	9
5.1.2 Morfología del sector.....	9
5.1.3 Mercado laboral en el sector.....	11
5.1.4 Evolución del volumen de Negocio por categoría de servicio.....	13
5.1.5 Conclusiones sobre el sector.....	13
5.2 Concepto y características de las TIC.....	14
5.3 Sectores y actividades del hipersector de las TIC.....	16
5.4 El papel de la TIC en la sociedad actual.....	19
5.5 Productividad VS TIC's.....	20
5.6 Herramientas TIC en las microempresas españolas.....	21
5.6.1 Equipamiento básico.....	22
5.6.2 Página web corporativa.....	22
5.6.3 Herramientas Tic de movilidad.....	24
5.6.4 El ERP o "Enterprise Resource Planning".....	24
5.6.5 El CRM o "Customer Relationship Management".....	25
5.6.6 Redes Sociales.....	26
5.6.7 Computación en la nube o "Cloud Computing".....	27
5.6.8 Software "Open Source".....	28
5.7 TIC en el sector de las Asesorías.....	30
6 Diseño de una infraestructura tecnológica para una asesoría.....	36
6.1 Servidor Dedicado.....	36
6.2 Sage Despachos.....	37
6.3 Sage One Despachos.....	38
6.4 Dolibarr CRM-ERP.....	38
6.5 DisfAutoform.....	40
6.6 Check-it bancario.....	41
6.7 Gestor de importaciones.....	41
6.8 Acumbamail.....	42
6.9 Wordpress.....	42
6.10 Redes Sociales.....	43
7 Oportunidades de negocio.....	43
8 Casos de Éxito.....	45
9 Conclusiones.....	47
Bibliografía.....	49

Resumen.

En este trabajo se analiza desde diversas perspectivas como las TICs han impactado en el sector y actividad de las asesorías.

En primer lugar se describirá el sector de las asesorías mediante el análisis de ciertas variables que nos pondrán en situación sobre el estado del sector.

A continuación se ponen de manifiesto argumentos que defienden la necesidad que tienen las empresas de adaptarse y utilizar las TICs en su actividad.

Dichos argumentos son, en primer lugar la necesidad que tienen las empresas de adaptarse a una sociedad en la que las TIC son una herramienta fundamental de la vida cotidiana. Por otro lado se expone la necesidad de utilizar las TICs como fuente de productividad y competitividad.

Posteriormente, se analiza el grado de adopción y la tipología de TIC en las microempresas en España y en las asesorías, comparando las de éstas últimas con las de su sector.

Seguidamente se exponen las tendencias en la utilización de las TICs en las asesorías, así como algunas características que los clientes valoran y demandan en la infraestructura tecnológica de una asesoría.

Una vez expuestas dichas tendencias y características, y teniéndolas presente, se diseña una estrategia TIC para una asesoría, en la que se indican las herramientas tecnológicas a emplear y los beneficios que le reporta a la asesoría su utilización.

Para finalizar se enuncian dos oportunidades de negocio en el sector de las asesorías que son posibles gracias a las TICs y también damos a conocer dos casos de éxito que han aprovechado esas oportunidades.

1. Justificación

La motivación que me ha llevado a la realización del presente documento es la mejorar cada día en mi trabajo. Actualmente trabajo como Asesor Fiscal en el despacho familiar, mi afán de mejorar e innovar en la empresa me ha llevado a decantarme por este tema que creo que es un tema de vital importancia y debe ser mejorado sustancialmente en el sector de las asesorías. Se trata de información valiosa que todo directivo de un despacho debe conocer para tomar las decisiones acertadas.

2. Introducción.

En un mundo dominado por las tecnologías de la información y la comunicación (*TIC's*), y en el que el empleo de éstas hace que las empresas sean más competitivas e innovadoras, es de vital importancia diseñar e implementar en ellas una estrategia digital con el objetivo adoptar procesos de trabajo más eficientes, que permitan ofrecer servicios capaces de aprovechar esas tecnologías para aportar un mayor valor añadido al cliente y posibilitar la realización del trabajo de forma más eficiente, al tiempo que se reduzcan considerablemente los costes.

La sociedad se ha transformado, la forma en la que nos comunicamos, relacionamos, colaboramos, trabajamos y compramos ha cambiado, por ello es de vital importancia que las empresas se adapten a la exigencias de este nuevo "mundo digital" si quieren sobrevivir.

Y es que existen muchas evidencias que indican que el mundo de lo digital ha llegado para quedarse, tan solo hay que advertir cómo desde las administraciones públicas se están fomentando éstas tecnologías, la administración electrónica y la agenda digital europea son dos buenos ejemplos de ello.

Dicho sea de paso que la administración electrónica está en auge y en continuo crecimiento, cada vez más ciudadanos y empresas emplean este canal para sus relaciones con la Administración. Esta situación lejos de ser una amenaza como opinan algunos, considero que brinda a las asesorías y gestorías enormes oportunidades de crecimiento, un ejemplo sería la posibilidad ofrecer servicios totalmente online.

Otro argumento que respalda la necesidad de adaptarse a este nuevo mundo digital, se adivina conociendo a los habitantes que viven en él y el uso que hacen de la tecnología, me refiero a la generación millenians y la generación Z, personas que crecieron y/o nacieron con internet y las nuevas tecnologías y que tienen una visión muy distinta en aspectos de la vida como la forma de consumir, relacionarse, divertirse, etc....

Además de las anteriormente mencionadas variables externas, que inciden en la necesidad de adoptar TIC en las empresas, también se debe tener muy presente el concepto de productividad y de cómo la implantación de TICs puede contribuir a aumentarla y conseguir un mayor ahorro de costes, creación de valor y a la realización del trabajo de manera más eficiente.

Para llevar a cabo esa adaptación es necesario que se las empresas se tomen muy en serio el diseño y planificación de su estrategia TIC, debiendo determinar qué herramientas deben adoptar, para qué objetivos, cómo las van a emplear e integrar en los procesos productivos de la empresa de manera que realmente aporten valor al cliente por un lado, y por otro permita realizar el trabajo de la manera más eficiente y productiva.

A lo largo del presente documento se pondrán de relieve algunas de la circunstancias y motivos que obligan a las empresas, y más concretamente a las asesorías, a adaptarse al mercado implementando soluciones TIC que les ayuden a ser más eficientes y competitivas.

Una vez expuestos los mencionados motivos, realizaremos un diseño de una infraestructura tecnológica para una asesoría, donde indicaremos que herramientas emplear, para que fines y cuáles son los beneficios de su utilización.

3. Objetivo general y objetivos específicos.

En los despachos profesionales se realizan tareas que no aportan valor y muy repetitivas, que con el empleo de las TICs para su automatización se pueden realizar de una forma más eficiente, y lograr un considerable ahorro de recursos y tiempo que podremos emplear en tareas que verdaderamente aporten valor al cliente, y a nosotros como despacho.

Por otra parte queda mucho por recorrer en cuanto a la comunicación del cliente-asesor y la integración del software cliente-asesor, y es indiscutible que estas tecnologías son el conductor principal que posibilita dichas relaciones.

Dicho lo anterior, cabe decir que el objetivo general de este trabajo es analizar el impacto que han tenido las tecnologías de la comunicación y la información en el sector de las asesorías y diseñar una estrategia de adopción de soluciones TIC que permita a estas empresas crecer, adaptarse y mantenerse firmemente en el mercado.

Los objetivos específicos que abordaremos a lo largo del presente trabajo serán los siguientes:

- Describir el mercado de los despachos profesionales en España.
- Definir y clasificar las TIC, así como analizar su impacto en la sociedad.
- Analizar el grado de implantación de las TIC en las microempresas españolas.
- Conocer el impacto de las TIC en el sector de las asesorías.
- Diseñar una estrategia TIC para una asesoría fiscal, laboral y contable.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio

4. Metodología.

La metodología empleada para la elaboración del presente trabajo se ha basado en realizar una revisión de fuentes de información externa y secundaria, como informes sectoriales, datos del INE, información extraída de páginas web, revistas especializadas; las cuales nos han aportado datos que nos han ayudado alcanzar los objetivos propuestos.

Por otra parte, también se han empleado fuentes de información internas primarias, como es la experiencia propia de trabajar en una asesoría, a partir de la cual se ha propuesto una infraestructura tecnología a implementar en una asesoría.

5. Marco teórico

5.1. Caracterización de los despachos profesionales en España.

Los despachos profesionales son empresas formadas por capital humano que está instruido académicamente en materias específicas cuyo fin es el de prestar servicios de ayuda, soporte o asesoramiento en las diferentes áreas de conocimiento que dominan a sus clientes o usuarios.

Como podemos comprobar, el concepto aglutina un gran elenco de profesionales cuya clasificación se realiza atendiendo al campo de actividad que desarrollan como pueden ser: abogados, auditores, asesores financieros, fiscales, laborales o contables; así como consultores de diversa índole: tecnológicos, de procesos, de recursos humanos, de sucesiones de empresa y de empresa familiar, etc...

El presente trabajo se centra en el ámbito de la asesoría, dedicada tradicionalmente a la llevanza de la contabilidad y el asesoramiento fiscal y laboral en las obligaciones que las empresas-cliente tienen con el Fisco y/o la Seguridad Social. A lo largo de estas páginas, se profundizará en aspectos clave (procesos, relaciones con el cliente, etc...) de éste tipo de negocios que pueden y deben ser mejorados con el empleo de la TIC's.

Empezaremos definiendo el concepto de despacho profesional que vamos a estudiar en nuestro trabajo. Dicho concepto es definido por (Carro y Hernando, 2009, p. 144) de la siguiente manera:

“Entendemos por consultoría económica la actividad desarrollada por profesionales, independientes a las entidades económicas-clientes, que cuentan con los medios y cualificación necesarios para llevar a cabo y/o colaborar en la ejecución eficiente de tareas de administración y de gestión de empresas y entidades, ya sean privadas o públicas.

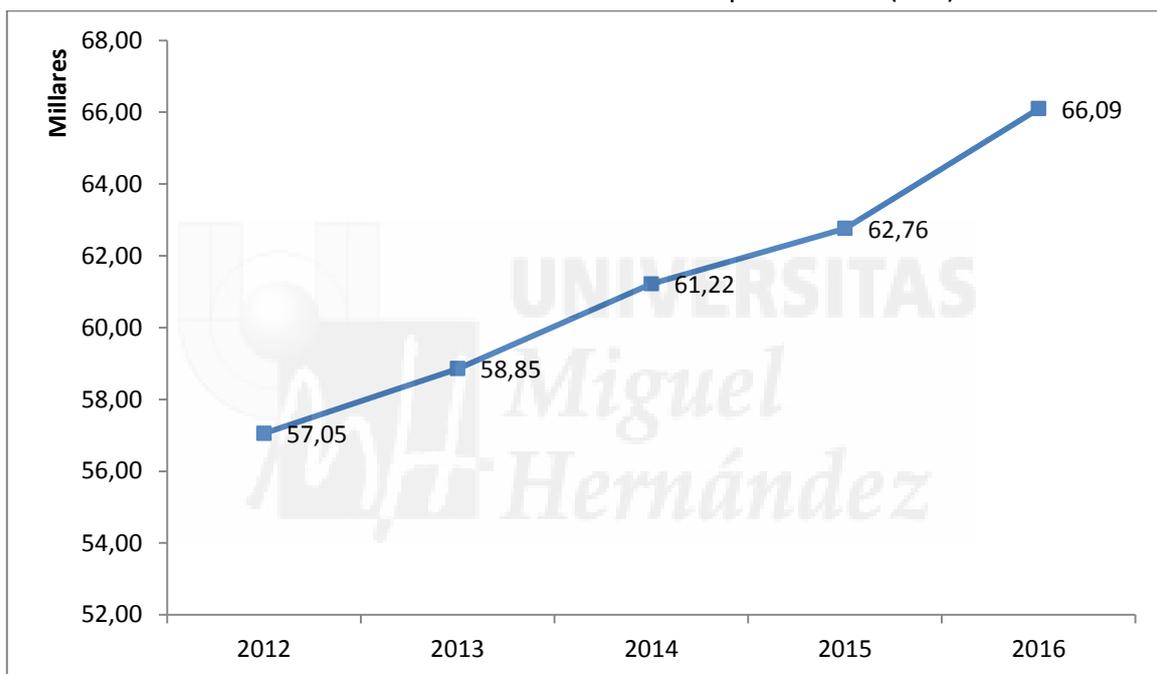
En consecuencia, la misión del asesor económico consiste en ayudar tanto en sus funciones de administración como en la de gestión de manera eficiente. De ahí que, el campo de actuación del asesor económico abarque: Desde las actividades más clásicas de consultoría relacionadas con los ámbitos contable, financiero y fiscal, vinculadas a necesidades sistemáticas y principalmente relacionadas con el cumplimiento de normas; a las actividades relacionadas con los ámbitos de gestión y dirección, vinculadas a necesidades tanto específicas como sistemáticas y relacionadas con las distintas áreas de la empresa a gestionar.”

5.1.1. Evolución del número de asesorías.

A continuación se realizará una aproximación cuantitativa de algunas de las variables clave que nos permitirán conocer mejor el sector de la asesoría en España.

El sector de la asesoría ha resistido bien al periodo de crisis, tal y como se puede apreciar en el gráfico 1 el número de asesorías ha crecido año tras año llegando a obtener un incremento en el último año del 5,32% con respecto a 2015.

Gráfico 1
Evolución del número de Asesorías en España. CNAE (692)



Fuente: elaboración propia a partir del INE (2016). Datos en millares.

5.1.2. Morfología del sector.

En el presente apartado expondremos y comentaremos los datos en cuanto al tamaño de las asesorías según el número de asalariados y de sus formas jurídicas.

En 2016 el sector de la asesoría lo conformaban un total de 66.093 empresas, como muestra el gráfico 2, la gran mayoría de ellas son de pequeña dimensión ya que el 50,7% carece de asalariados y el 46,80% dispone de 1 a 9 asalariados. Esto se traduce en que el 97,5% de las asesorías en España no tiene más de 9 asalariados.

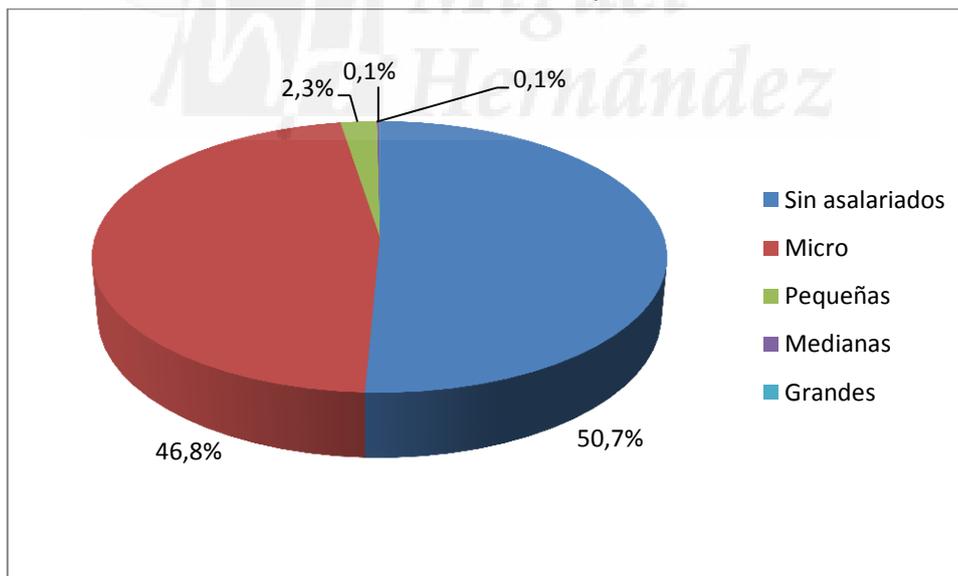
En el otro extremo se encuentran unos pocos despachos medianos (de 50 a 199 asalariados) que siendo 91 suponen el 2,3% y los grandes (de 200 a 4999 asalariados) que son 36 y representan el 0,1% del total.

Tabla 1
Asesorías por número de trabajadores 2016.

	Asesorías
Sin asalariados	33.519
De 1 a 2	21.682
De 3 a 5	6.752
De 6 a 9	2.465
De 10 a 19	1.325
De 20 a 49	223
De 50 a 99	62
De 100 a 199	29
De 200 a 499	23
De 500 a 999	9
De 1000 a 4999	4
Total	66.093

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2016)

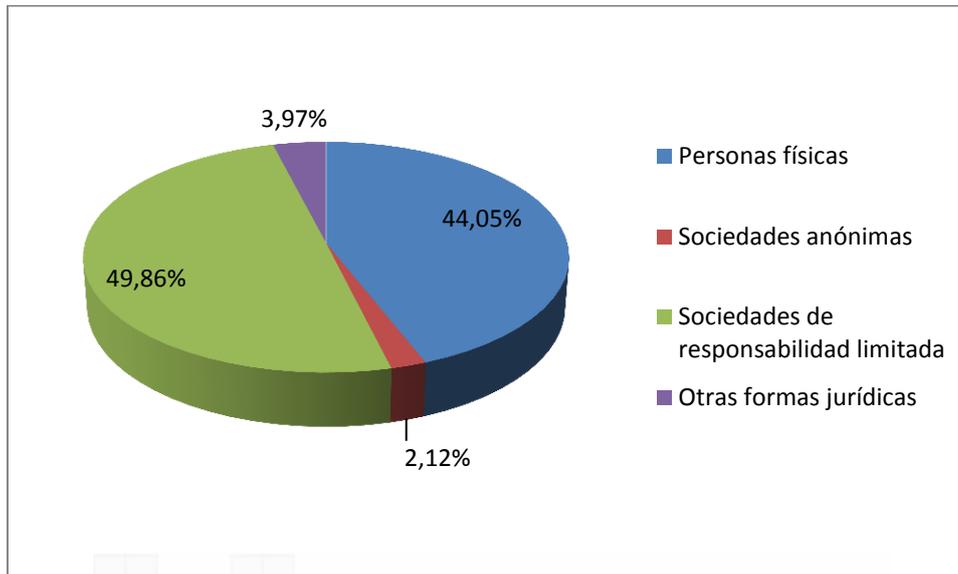
Gráfico 2
Tamaño de las asesorías. España 2016



Fuente: elaboración propia a partir del INE (2016)

En cuanto a la forma jurídica de las asesorías (gráfico 3), no es de extrañar que debido al reducido tamaño de las mismas las formas jurídicas predominantes sean la de sociedades de responsabilidad limitada (casi el 50%) seguido de las Personas Físicas que representan el 44,05%.

Gráfico 3
Forma jurídica de las asesorías. España 2016.



Fuente: elaboración propia a partir del INE (2016)

Cabe señalar que también existe un importante número de Asesorías que operan bajo formas jurídicas tan diversas como sociedades civiles, comunidades de bienes y cooperativas. En el gráfico 3 estas figuras están representadas bajo el nombre de otras formas jurídicas y su peso es del 3,97%.

5.1.3. Mercado laboral en el sector

En cuanto al mercado de trabajo, el sector de la asesoría en 2014 empleaba a 188.406 personas, esta cifra supone un incremento del 3,48% con respecto al periodo anterior. Esto indica que es un sector que está creando empleo, de hecho el personal remunerado, que son los trabajadores asalariados han aumentado un 2,20% llegando a las 136.218 personas con una nómina. Véase la tabla 2.

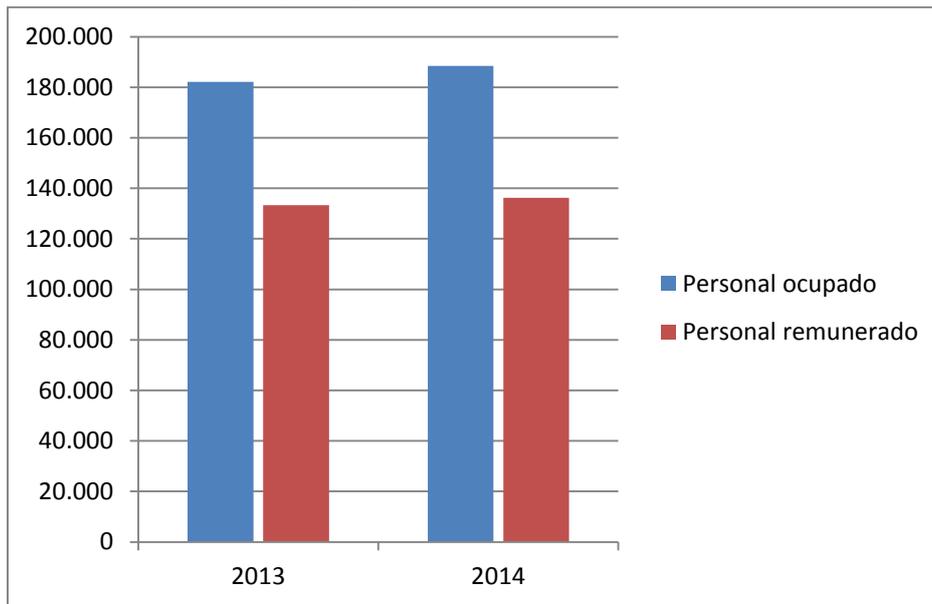
Tabla 2
Número de trabajadores del sector

	2013	2014	VAR 13-14
Personal ocupado	182.071	188.406	3,48%
Personal remunerado	133.288	136.218	2,20%

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2014)

Gráfico 4

Personal ocupado y remunerado en el sector 2013-2014



Fuente: elaboración propia a partir del INE (2014).

En cuanto a la estabilidad en el empleo como muestra el gráfico 5 el elevado porcentaje de trabajadores indefinidos ya que el 92,30% de personal remunerado es fijo, frente al 7,70% que dispone de un contrato temporal.

Tabla 3

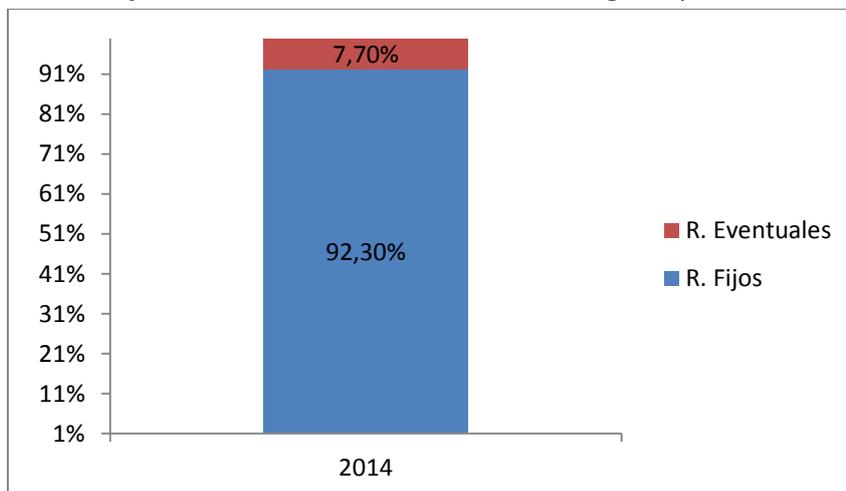
NUMERO DE TRABAJADORES DEL SECTOR POR TIPO DE CONTRATO

	2013	2014	VAR 13-14
TOTAL OCUPADOS	182.071	188.406	3,48%
REMUNERADOS	133.288	136.218	2,20%
Fijos	123.190	124.859	1,35%
Eventuales	10.098	11.359	12,49%
NO REMUNERADOS	48.783	52.188	6,98%

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2014).

Gráfico 5

% de trabajadores remunerados en el sector según tipo de contrato.



Fuente: elaboración propia a partir del INE (2014).

5.1.4. Evolución del volumen de negocio por categoría de servicios.

En 2014 el volumen total de negocio de las asesorías ascendía a 10.214.133 millones de euros, lo que supone un 1,74% más con respecto al ejercicio anterior.

Aunque en términos generales la facturación de las asesorías ha aumentado, no todas las actividades se han visto favorecidas, de hecho de las actividades tradicionales solo crecen el asesoramiento laboral (un 12,24%) y el fiscal (un 1,96%).

Destacar que los servicios relacionados con insolvencias y liquidación de empresas incrementaron en un 93,54%, ni que decir tiene que este aumento ha sido provocado por la reciente crisis que ha atravesado nuestro país, la cual ocasionó que un gran número de empresas entrarán en concurso de acreedores y por consiguiente una gran pérdida de clientes.

Tabla 4
Volumen de negocio de las asesorías (CNAE 692). España 2013-2014

	2013	2014	VAR 2013-2014
Total	10.039.726	10.214.113	1,74%
1.1 Servicios de auditoría financiera	1.542.400	1.406.200	-8,83%
1.2 Servicios de contabilidad y teneduría de libros (no incluye las declaraciones de impuestos)	2.359.369	2.218.756	-5,96%
1.3 Gestión de nóminas y gestoría laboral	1.200.448	1.347.338	12,24%
1.4 Otros servicios de contabilidad	521.283	537.358	3,08%
1.5 Servicios de asesoramiento fiscal (incluye las declaraciones de impuestos)	2.444.974	2.492.966	1,96%
1.6 Insolvencias y liquidación de empresas	192.383	372.332	93,54%
1.7 Otros servicios relacionados	771.160	1.081.639	40,26%
2 Servicios de consultoría de gestión empresarial	640.620	532.434	-16,89%
3 Otras actividades y servicios	367.090	225.090	-38,68%

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2014). Cifras en miles.

5.1.5. Conclusiones sobre el sector.

Expuestos algunos de los principales indicadores del sector de las asesorías, estamos en condiciones de analizar algunas de sus implicaciones.

En primer lugar destacar la significativa proliferación de nuevas asesorías, lo que nos da pistas de que nos encontramos ante un sector en el que existen muy pocas barreras de entrada y por ende un gran número de competidores.

Otro dato relevante es que la mayor parte de las asesorías las constituyen autónomos sin empleados o micropymes, esto nos indica que se trata de un sector atomizado y muy fragmentado en el que existen un gran número de oferentes y demandantes y donde ningún oferente tiene una posición que le permita influir en el mercado.

Las dos circunstancias anteriores hacen necesario que las asesorías busquen una diferenciación o una ventaja competitiva con respecto a su competencia. Como veremos ambas cosas se pueden lograr mediante la implementación de TIC en la empresa.

Por otra parte, el hecho de que nos encontremos ante un sector que crea empleo estable, favorece la profesionalización y especialización del personal, cosa que resulta imprescindible cuando lo que ofrecemos son servicios en los que se aplica nuestro conocimiento en cada una de las materias.

Es por ello que la formación continua del personal en las diferentes áreas de actuación, así como en las nuevas tecnologías resulta de vital importancia para el buen funcionamiento del negocio.

Cabe resaltar también el descenso en las ventas de los servicios tradicionales, por lo que habrá que incorporar tecnología que permita mejorar los existentes y ampliar la cartera de los mismos.

5.2. Concepto y características de las TICs.

Para comprender cómo han impactado las TIC en los despachos profesionales es preciso conocer primero la definición de este concepto, las actividades que componen el sector, sus características y el papel fundamental que desempeñan en la sociedad actual.

Empezaremos definiendo en líneas generales el concepto de TIC, según (Rebollo, M. 2005) “se denominan Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones contenidas en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética.

Así mismo existen otras acepciones que permiten comprender mejor el concepto de TIC, ya que además de enumerar sus funciones, añade como han impactado en varias facetas de la vida cotidiana.

(Cobo, J. 2009) define éstas Tecnologías como “dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas

aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento.”

Este mismo autor afirma que: “la acelerada innovación e hibridación de estos dispositivos ha incidido en diversos escenarios. Entre ellos destacan: las relaciones sociales, las estructuras organizacionales, los métodos de enseñanza aprendizaje, las formas de expresión cultural, **los modelos negocios**, las políticas públicas nacionales e internacionales, la producción científica (I+D), entre otros. En el contexto de las sociedades del conocimiento, estos medios pueden contribuir al desarrollo educativo, laboral, político, económico, al bienestar social, entre otros ámbitos de la vida diaria”.

Una vez que conocemos el concepto de TIC podemos pasar a enumerar algunas de las características que poseen éstas tecnologías.

Algunos autores han sintetizado las características más distintivas de las nuevas tecnologías en rasgos tales como: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, interconexión y diversidad.

La inmaterialidad es una de las características básicas de las TIC y se puede entender desde una doble perspectiva: su materia prima es la información y la posibilidad que algunas de ellas tienen para construir mensajes sin referentes externos.

Las TIC, entonces:

- Generan y procesan información, como es el caso de la utilización de la informática;
- Facilitan el acceso a grandes masas de información y en períodos de tiempo cortos;
- Presentan al usuario la misma información con códigos lingüísticos diferentes; y
- Transmiten información a destinos lejanos, con costos cada vez menores y en tiempo real.

La interactividad de las TICs permiten al usuario, no sólo elaborar mensajes (actividad también realizable con otras tecnologías más tradicionales), sino que además, puede decidir la secuencia de información a recibir, establecer el ritmo, cantidad y profundización de la información que desea, y elegir el tipo de código con el que quiere establecer relaciones con la información.

La instantaneidad permite la obtención de la información a tiempo real rompiendo las barreras temporales y espaciales de naciones y culturas.

La innovación puesto que cualquier nueva tecnología tiene como objetivo el mejoramiento, cambio y superación cualitativa y cuantitativa de la tecnología anterior y, por ende, de las funciones que esta realizaba. Sin embargo, esto no debe entenderse como que las nuevas tecnologías vienen a superar a sus predecesoras, sino más bien las complementan, y en algunos casos, las potencian y revitalizan.

Aunque las nuevas tecnologías se presentan como independientes, tienen altas posibilidades de **interconexiones**, es decir, de formar una nueva red de comunicación de manera que se refuercen mutuamente, y de que eso lleve a un impacto mayor que las tecnologías utilizadas individualmente.

El ejemplo por excelencia de la interconexión es Internet: una red de redes que interconecta a millones de personas, instituciones, empresas, centros educativos e investigación de todo el mundo.

La última característica que señalamos es la **diversidad**, existe una diversidad de funciones que las tecnologías pueden desempeñar, desde las que transmiten información exclusivamente, como los DVD, hasta aquellas que permiten la interacción entre los usuarios, como la videoconferencia.

5.3. Sectores y actividades del hipersector de las TICs.

Las tic evolucionan a lo largo del tiempo las TIC, por ello sus diferentes tipologías están en continuo crecimiento. Ese crecimiento continuo crea un gran compendio de actividades que se clasifican dentro del llamado Hipersector TIC. Algunas empresas del éste sector, como Google, Apple y Facebook, en los últimos años han revolucionado la sociedad.

Como comentamos anteriormente el sector TIC se compone de muy variadas áreas y actividades, así en la siguiente tabla se relacionan las principales sectores y áreas de actividad que lo conforman.

Tabla 5

Componentes electrónicos	Tubos
	Semiconductores
	Cables
	Componentes pasivos y electromecánicos

	Otros componentes, pilas y antenas
	Subcontratación electrónica
Electrónica de consumo	Audio
	TVC
	Decodificadores de TV
	Cámaras fotográficas digitales
	Vídeo
	Soportes magnéticos
Electrónica profesional	Instrumentación y equipos didácticos
	Electrónica de defensa
	Electrónica Industrial
	Electromedicina
	Radiofusión y televisión
	Integración e instalación
Industrias de la telecomunicación	Equipamientos de telecomunicación
	Integración de sistemas y servicios asociados
Operadores/proveedores de servicios de telecomunicación	Servicios portadores y fijos
	Servicios móviles
	Transmisión/conmutación de datos
	Servicios de telecomunicación por cable
	Servicios de acceso a internet
	Otros servicios
Tecnologías de la información	Hardware
	Software
	Servicios TI
Contenidos digitales	Audiovisual (TV/radio)
	Cine/vídeo
	Música
	Internet
	Publicitaciones digitales, contenidos para la educación y para e-Book

	Videojuegos
	Contenidos para móviles
Otras actividades TIC	Electrónica del automóvil
	Mantenimiento y comercio de equipos electrónicos y componentes
	Consolas de videojuegos

Fuente: AMETIC (2012). *Mapa Hipersectorial de las TIC*.

En cuanto a los datos económicos del sector en España, cabe destacar el incremento empresas que operan en el sector TIC, así como el crecimiento de la cifra de negocios.

Según el informe del sectorial del uso TIC en la empresa elaborado por el observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI [ONTSI], (2015): el número de empresas que realizan su actividad en el marco del sector TIC y de los Contenidos alcanzó las 30.797 en 2014, un 3,6% más que en 2013.

La cifra de negocio se situó en los 89.894 millones de euros, un 1,9% más que en 2013. Se trata del primer incremento interanual que experimenta la cifra de negocios en los últimos cinco años.

El personal ocupado creció en 2014 un 3,6%, hasta situarse en las 427.348 personas. Este crecimiento se ha debido en exclusiva al sector TIC, cuyo personal ocupado ha crecido un 5,4%. Por el contrario el personal ocupado en el sector de Contenidos se redujo un 2%.

Tanto el sector TIC como el de Contenidos han conseguido incrementar su cifra de negocios, un 1,3% y un 5,2%, respectivamente.

El valor estimado del valor añadido bruto a precios de mercado (VABpm) fue de 42.756 millones de euros, un 2% menor que en 2013. Esta cifra representa un 4,4% del VABpm total de la economía española.

Como hemos podido apreciar, los datos económicos del sector en términos generales son buenos y podemos concluir que es sector próspero y de futuro que crea empleo y tiene potencial de crecimiento.

A modo de curiosidad, decir que, seguramente los datos anteriores serían mucho mejores si las grandes tecnológicas no desviarán sus beneficios desde las filiales españolas a las matrices situadas en países con una tributación más ventajosa.

Según un artículo publicado en expansión.com (2015) “en el sector de la publicidad se estima que los ingresos que generan Google y Facebook en el mercado local son del orden de diez veces superiores a los que declaran sus filiales como prestadoras de servicios”.

Tabla 6.

LAS CUENTAS DE LOS GIGANTES TECNOLÓGICOS DE ESPAÑA								
Principales magnitudes en euros. Años fiscales.								
	Ingresos		Resultado antes de impuestos		Impuesto sobre beneficios		Resultado neto	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Google	54.915.334	52.177.565	6.523.739	5.808.140	-2.055.772	-1.752.276	4.467.967	4.055.863
Apple Márketing Iberia	19.893.501	19.187.295	5.316.022	4.963.886	-2.397.809	-2.219.299	2.918.213	2.744.586
Apple Retail Spain	217.963.649	212.926.116	3.902.846	3.623.843	-1.542.832	-1.437.332	2.360.013	2.186.612
Facebook Spain	3.935.780	2.680.776	290.409	155.608	-84.113	-59.563	206.296	138.950
Twitter Spain	3.092.852	983.330	228.601	72.849	-81.534	-26.066	147.066	46.772
Amazon Spain Fulfillment	22.882.133	17.468.152	567.186	300.770	-204.848	-256.893	204.848	43.877
Amazon Spain Services	23.456.791	21.431.709	-1.742.846	-1.187.600	-289.776	-295.868	-2.032.622	-1.483.468
Microsoft Ibérica	167.835.741	170.014.860	14.023.151	13.490.582	-5.644.851	-5.425.472	8.378.300	8.065.110
Total	513.975.781	496.869.803	29.109.108	27.228.078	-12.301.535	-11.472.769	12.846.267	15.798.302

Fuente: Registro Mercantil

Fuente: Expansión.com

Podemos destacar de la tabla 6 que el impuesto de beneficios acumulado satisfecho por las filiales españolas de los gigantes Apple, Facebook y Google apenas supera los 6 millones de euros.

Esta ínfima cifra pagada en concepto de impuesto de sociedades se debe a que las filiales de estos gigantes actúan como comisionistas o prestadores de servicios a la matriz europea, siendo los ingresos declarados muy inferiores al volumen de su negocio, que es facturado desde Irlanda o Luxemburgo.

5.4. El papel de las TIC en la sociedad actual.

Es evidente que las nuevas tecnologías están cada vez más presentes en nuestra vida cotidiana. La Sociedad de la Información en la que vivimos inmersos constituye el principal detonante de esa omnipresencia de la tecnología en nuestras vidas.

Algunos rasgos del concepto de sociedad de la información nos dan pistas del papel que juegan las TIC en dicha sociedad. Según citan Sánchez-Torres et al (2012):

- En esta sociedad, el principal recurso es la información y tiende a convertirse en el elemento central, atendiendo a que en ella se sustenta la economía y las relaciones sociales que estructuran la sociedad actual, mediante el uso progresivo de las TIC.

- Como consecuencia de la transformación de una sociedad tradicional en una Sociedad de la Información se introduce un **factor determinante de competitividad en el mundo empresarial** que, adicionalmente, incide en los hábitos de las personas, en su forma de trabajar, en las relaciones interpersonales y en las comunicaciones.
- La Sociedad de la Información es un fenómeno que afecta en distinta medida a la economía, la sociedad y las organizaciones.

Un ejemplo de esa incidencia lo podemos observar actualmente en diversos ámbitos como son el de la educación (e-learning), la administración electrónica que permite la realización de trámites telemáticos y otros como el teletrabajo, la banca electrónica y el e-salud.

En vista de lo expuesto anteriormente, podemos concluir que las TIC juegan un papel instrumental en nuestra sociedad, ya que son la herramienta básica de la Sociedad de la Información (SI) en la medida en que posibilitan que la información, que es el pilar fundamental donde se cimienta ésta sociedad, pueda ser compartida, transmitida y procesada de una manera instantánea, eficiente y económica.

Así que contar con una infraestructura tecnológica y una estrategia TIC en cualquier empresa, es de vital importancia para adaptarse al nuevo modelo de sociedad y ser más competitiva y eficiente.

5.5. TIC vs productividad

En este apartado expondremos algunos argumentos que ratifican el efecto positivo que tiene el empleo de las T.I.C. en la productividad de las empresas y en particular en las asesorías y despachos profesionales

El concepto de productividad en términos generales se entiende como la relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos -humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado.

Según De Ita, M. M., & Eugenia, M. (1994):

“La productividad puede ser medida principalmente de dos maneras: por un lado como la relación entre la producción y la cantidad insumos empleados para obtenerla (capital o trabajo); y por otro, están las mediciones multifactoriales que relacionan la producción con un índice ponderado de los diferentes insumos utilizados.

La productividad del trabajo hace referencia a la primera forma expuesta de medir la productividad a través del factor trabajo, ya que es una relación entre la producción y el personal ocupado y refleja que tan bien se está utilizando el personal ocupado en el proceso productivo. “

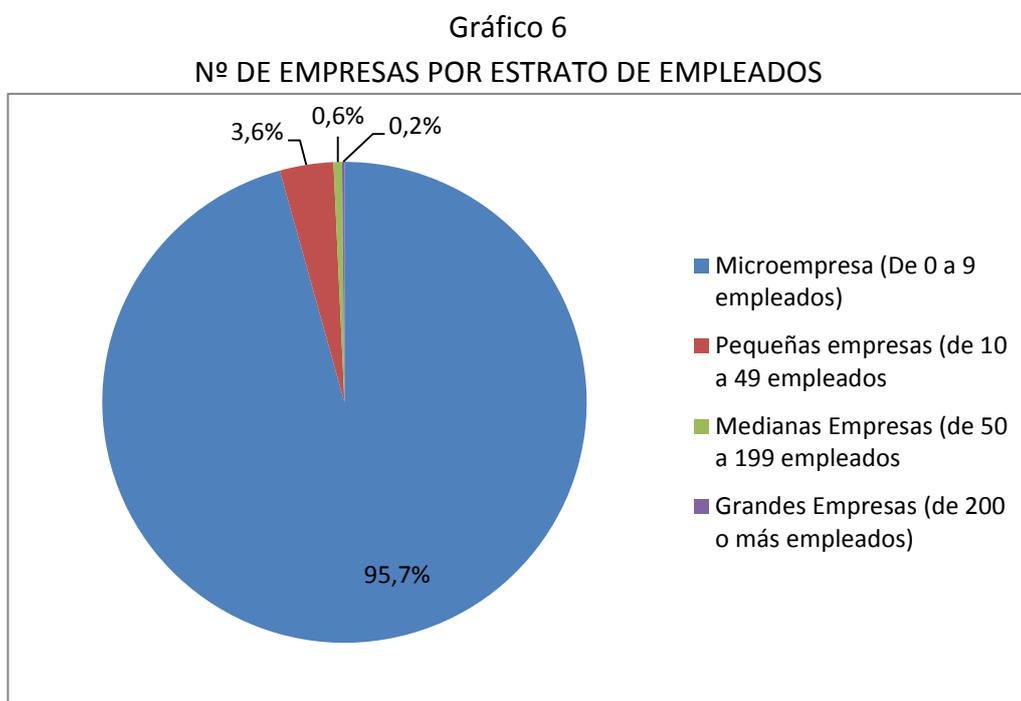
Así mismo, diversos estudios sostienen que la productividad del trabajo mejora con el empleo de las TIC. En el caso de España, Más y Quesada (2005a) sostienen que aquellos sectores más intensivos en TIC son los que mayores incrementos de productividad registran en el período 1985-2002 contribuyendo anualmente al crecimiento de la productividad laboral en un 65,74%.

Por otra parte Currás, M. B. et al (2007) finalizan su trabajo concluyendo: “cabe esperar que en un futuro y a medida que aumente la inversión en estas tecnologías y su uso, se puedan registrar incrementos de productividad derivados de los efectos directos de las TIC. En el largo plazo serán los efectos indirectos de dichas inversiones, asociados a cambios organizativos y actividades de innovación, a la cualificación del capital humano y a la variedad en la inversión y uso de distinto tipo de TIC, los factores que podrían explicar aumentos de productividad en las empresas españolas”.

5.6. Herramientas TIC en las microempresas españolas.

En este apartado analizaremos desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo las diferentes TIC que emplean actualmente las microempresas en España. Los motivos por los que centramos nuestro análisis en este tipo de empresas son: en primer lugar el gran peso que tienen este tipo de empresas en el tejido empresarial español, y en segundo lugar debido a que este tipo de empresas son las que abundan en el sector de la asesorías y a su vez entre los clientes de éstas.

Como se puede observar en el gráfico 6 el segmento de microempresas (de 0 a 9 empleados) representan según datos del DIRCE (2016) el 95,7% del total de 3.236.582 de empresas que existen en España.



Fuente: Elaboración propia a partir del INE (2016)

5.6.1. Equipamiento básico

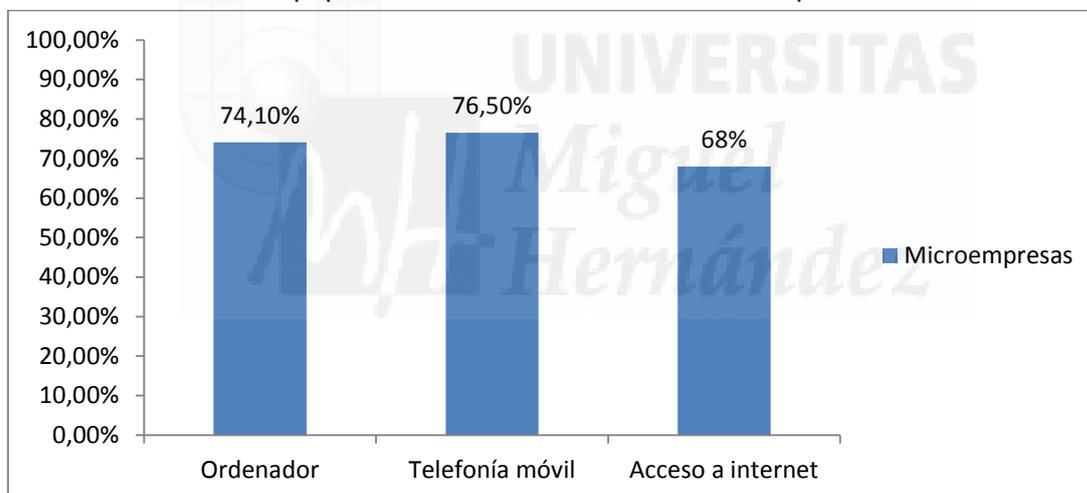
El equipamiento básico hace referencia a un tipo de TIC cuyo uso está muy generalizado, se caracterizan porque su implantación no genera ventajas competitivas, sino que prácticamente son necesarias para el desarrollo de la actividad.

En 2015, el 99,2% de las pymes y grandes empresas frente al 74,1% de las microempresas españolas disponían de **ordenador**.

La **telefonía móvil** cuenta también con una implantación elevada en las empresas. Entre las de 10 o más empleados es utilizada por el 96,1%. En las microempresas alcanza el 76,5%, superando la obtenida por el ordenador.

El **acceso a internet** se sitúa en el 98,4% para las empresas de 10 o más empleados, mientras que en las microempresas alcanza el 68%.

Gráfico 7
Equipamiento básico TIC en las microempresas.



Fuente: elaboración propia a partir ONTSI (2015). *Informe e-pyme 2015*,

5.6.2. Página web corporativa.

Según datos del INE (2016) el 31,5% de las empresas con menos de 10 empleados dispone de página web.

En cuanto a uso que dan a la web, cabe destacar que el 77,9% de las mismas la emplean para la presentación de la empresa, mientras que un 44,7 lo hace además para el acceso a catálogos de productos o listas de precios.

A continuación en la tabla 7 se muestran los diferentes uso que las microempresas hacen de su web.

Tabla 7
PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE MICROEMPRESAS CON CONEXIÓN A INTERNET Y
PAGINA WEB

Presentación de la empresa	77,94
Declaración de la política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio web	56,39
Acceso a catálogos de productos o a listas de precios	44,66
Vínculos o referencias a los perfiles de la empresa en medios sociales	39,53
Posibilidad de envío electrónico de hojas de reclamaciones	23,37
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online	6,26
Realización de pedidos o reservas online	15,61
Seguimiento online de pedidos	8,23
Posibilidad de personalizar o diseñar los productos por parte de los clientes	5,48
Personalización de la página web para usuarios habituales	6,34

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (primer trimestre 2016)

La página web debe ser la piedra angular entorno a la cual gire la estrategia digital de toda empresa.

En ella hay que plasmar toda la información relevante que se debe comunicar a los clientes, tales como, la presentación de la empresa, catálogo de los productos o servicios que ofrece, la información de contacto y el acceso a los servicios online.

Los beneficios que aporta la web corporativa a cualquier empresa son indudables, ya que mejora la comunicación con los clientes, da visibilidad de la empresa, mejora la reputación y la imagen de marca, fortalece la confianza de los clientes y permite ampliar el radio de acción de la empresa.

Podemos resaltar que la mejora de la comunicación con los clientes se produce porque éstos pueden acceder a la información que necesitan las 24h los 365 días del año y comunicarse con la empresa en cualquier momento.

Por otra parte, la página web también es fundamental para la estrategia de promoción de cualquier empresa, puesto que con un adecuado posicionamiento a través de técnicas como el SEO, SEM o el marketing de contenidos, se logrará dar una mayor visualización de la empresa lo que permitirá la captación de un mayor número de clientes.

5.6.3. Herramientas TIC en movilidad.

La movilidad hace referencia a la capacidad de acceder a la información desde cualquier lugar y dispositivo con conexión a internet. Las herramientas más comunes que se emplean en movilidad son los ordenadores portátiles, tabletas, Smartphone, PDA's... etc.

Las microempresas han ido incrementado paulatinamente el número de dispositivos de movilidad a disposición de sus empleados. Según el informe E-Pyme 2015 del ONTSI (2016) en 2014 el 18,2% de las empresas disponía de dispositivos de movilidad y en 2015 el 22,2% lo que supone un incremento del 4%.

Este incremento en la adopción de movilidad persiste para el primer trimestre 2016, ya que según datos del INE (2016) el 31,4% de las empresas proporciona un dispositivo portátil al personal que permite la conexión móvil a Internet para uso empresarial.

Entre los usos más importantes que dan las microempresas a las herramientas de movilidad están el acceso al correo electrónico (el 61,4%), seguido del acceso y modificación de documentos internos de la empresa (el 33,4%) y por último para el uso aplicaciones informáticas de la empresa (29,8%).

Las herramientas de movilidad favorecen la productividad y la conciliación de la vida personal y familiar puesto que permiten trabajar, comunicarse y colaborar desde cualquier lugar.

5.6.4. El ERP o "Enterprise resource planning"

El ERP es un software de empresarial que permite realizar una gestión completa y unificada de cada uno de los departamentos. La información de los distintos departamentos está interconectada en una única base de datos lo que permite compartirla entre los mismos y así automatizar los procesos.

La característica fundamental de estos programas es su modularidad, es decir se dividen en módulos y normalmente coinciden con los departamentos en los que se divide cualquier empresa. Estos módulos pueden ser:

Finanzas: mantiene la información de la tesorería de la empresa, financiación (préstamos), inversiones, contabilidad, etc.

Compras: mantiene la información y gestión de las compras (aprovisionamientos) de la empresa, proveedores, etc.

Ventas: mantiene la información y gestión de las ventas. Datos de ventas, partidas expedidas, precios de venta, etc.

Logística: mantiene la información y gestión de los almacenes, stocks, transportes, etc.

Recursos humanos: mantiene la información y gestión del personal, nóminas, categorías laborales, horas extra, impuestos, etc.

Con un ejemplo muy sencillo, podemos comprobar la potencia que pueden tener los ERP y la eficiencia que nos proporciona su uso. Pongámonos en el caso de la emisión de una factura, si lo hiciéramos a través de un ERP, éste no solo emitiría la factura sino que también contabilizaría el asiento y daría de baja las existencias en el almacén de los productos vendidos.

En lo que se refiere al grado de penetración del ERP entre las microempresas españolas, podemos decir que es bajo, ya que según el informe e-Pyme 2015 realizado por el ONTSI (2016) tan sólo el **3,6%** ellas dispone de alguna solución de este tipo.

5.6.5. El CRM o “Customer relationship management”

Es un software que a diferencia del ERP que se emplea para la reducción de costes mediante la optimización de los procesos internos, el CRM se encarga de gestionar y administrar la interacción y los datos de los clientes con el fin de personalizar la oferta para fidelizar a los actuales clientes y captar nuevos, de manera que se consiga aumentar los ingresos.

Las principales funcionalidades que debe tener un CRM son las siguientes:

- Base de datos de clientes y clientes potenciales

Debe disponer de toda la información de los clientes tales como emails, documentos, tareas, llamadas, conversaciones, visitas y negociaciones de una manera centralizada y accesible al personal autorizado de la empresa. Además debe permitir la cuantificación, segmentación y clasificación de los clientes.

- Seguimiento de las acciones comerciales y del proceso pre-venta.

El CRM permite al personal de ventas llevar un seguimiento y conocer el estado en el que se encuentran las relaciones comerciales con cualquier cliente potencial. En cuanto al proceso pre-venta el CRM debe ser capaz realizar los presupuestos, pedidos, etc., y recoger todas las ofertas y presupuestos realizados.

- Seguimiento de los clientes

Otra función que debe realizar será la de monitorear toda la actividad que realiza el cliente como por ejemplo los productos comprados, su frecuencia de compra, los descuentos aplicables, así como comentarios, observaciones o instrucciones especiales.

- Emisión de informes y estadísticas.

La información contenida en el software de nada sirve si no puede ser monitoreada o exportada a golpe de clip, por ello resulta imprescindible contar en el CRM con un gestor de informes que permita emitir listados y gráficos de manera personalizada y en diferentes formatos como en Excel, PDF, TXT, XML ect... para su fácil exportación y análisis.

De acuerdo con el INE (2016) el porcentaje de adopción de software CRM entre la microempresas españolas en el primer trimestre de 2016 era del **8,46%**. El uso que hacen de este software es básicamente para capturar, almacenar y compartir información de los clientes y para emplear dicha información con fines comerciales o de marketing.

5.6.6. Redes sociales

Según el ONTSI (2015) una red social es: “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”.

Estas capacidades de las redes sociales han sido aprovechadas por las empresas para realizar diferentes acciones, de las cuales cabe destacar:

- Promoción de productos o servicios.
- Comunicación con los clientes.
- Selección de personal.
- Constitución de imagen de marca.

Los beneficios que suponen el uso de las redes sociales para una empresa según la web Puromarketing.com (2014) son:

- Aumentar la notoriedad de la marca.
- Gozar de una mayor autoridad como marca.
- Disponer de más opciones para convertir.
- Mejorar la tasa de conversión
- Enriquecer la experiencia del cliente.
- Obtener datos útiles para conocer al público objetivo.
- Fomentar la fidelidad de sus clientes.
- Conseguir más tráfico referencial.
- Mejorar el posicionamiento en buscadores.
- Disminuir los costes de marketing.

Según datos del INE (2016) el 30,35% de la microempresas utilizan medios sociales. Además añade que el 43,72% de estas empresas consideran los medios sociales muy útiles para la generación o desarrollo de su negocio, frente al 5,03% que considera que no son nada útiles.

5.6.7. La computación en la nube o “Cloud computing”

Según La Mata (2012) el “cloud computing” se define como: “el conjunto de programas y servicios alojados en un servidor conectado a la Red, accesible desde cualquier ordenador (sea cual sea el sistema operativo que este ejecute) con conexión a Internet sin necesidad de instalar aplicaciones ejecutables en su disco duro y donde también se almacena la información generada por estas mismas aplicaciones o servicios.”

Existen en el mercado tres tipos de modalidades de servicios “cloud”:

- **Software como un servicio (SaaS):** En esta modalidad el usuario hace uso de una aplicación propiedad del proveedor las cuales están alojadas en servidores también de su propiedad. En esta opción el usuario no tiene control de las aplicaciones ni de la infraestructura de la nube.
- **Plataforma como servicio (PaaS):** En este tipo de servicio se pone a disposición del usuario una infraestructura donde puede instalar sus aplicaciones propias.
- **Infraestructura como servicio (IaaS):** A diferencia de la modalidad anterior, ésta es más abierta y permite modificar toda la infraestructura de la nube como sistemas operativos, almacenamiento, etc... La empresa alquila un servidor externo que puede personalizar a su antojo.

Entre las ventajas del Cloud Computing mencionar:

- **Acceso a la información y los servicios desde cualquier lugar.** El sistema en nube está diseñado para ser utilizado a distancia, así que el personal de la empresa tendrá acceso a la mayoría de los sistemas en cualquier lugar donde se encuentre.
- **Rápido:** Los servicios más básicos de la nube funcionan por sí solos. Para servicios de software y base de datos más complejos, la computación en nube permite saltarse la fase de adquisición de hardware y el consiguiente gasto, por lo cual es perfecta para la creación de empresas.
- **Actual:** La mayoría de los proveedores actualizan constantemente su software, agregando nuevas funciones tan pronto como están disponibles.
- **Empresas con facilidad de escalabilidad:** Adaptable rápidamente a negocios en crecimiento o de picos estacionales, ya que el sistema en nube está diseñado para hacer frente a fuertes aumentos en la carga de trabajo. Esto incrementa la agilidad de respuesta, disminuye los riesgos y los costos operacionales, porque sólo escala lo que crece y paga sólo lo que usa.
- **Mínima inversión en infraestructura:** El proveedor ofrece servicios a varias empresas, las cuales se benefician de compartir una infraestructura compleja y pagan solamente por lo que realmente utilizan.

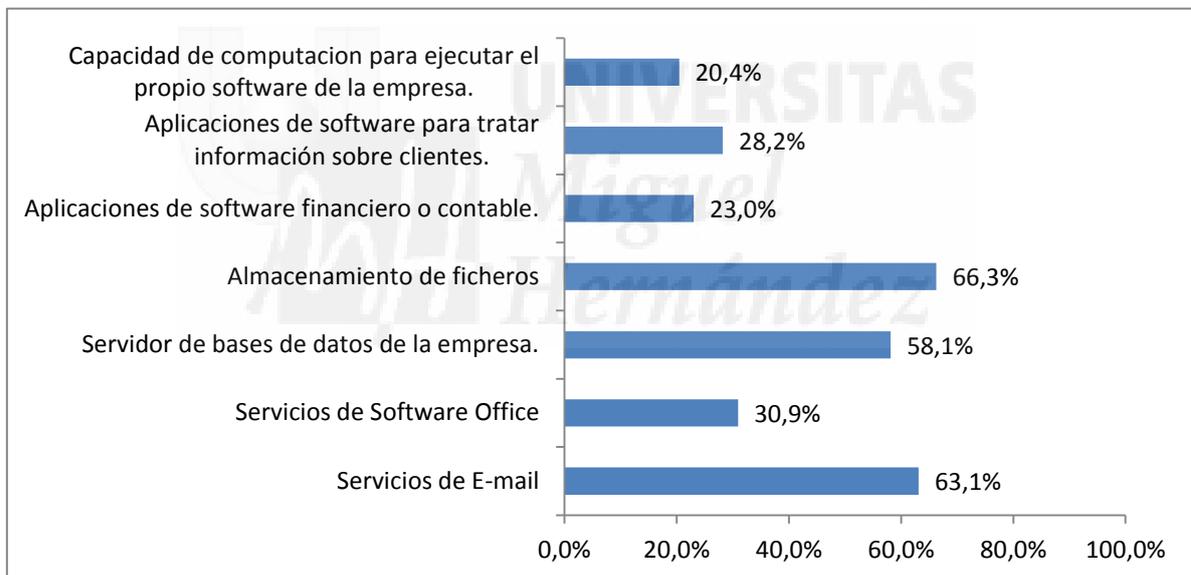
• **Actualizaciones automáticas que no afectan negativamente a los recursos de TI.** Si actualizamos a la última versión de la aplicación, nos veremos obligados a dedicar tiempo y recursos (que no tenemos) a volver a crear nuestras personalizaciones e integraciones. La tecnología de "Cloud Computing" no le obliga a decidir entre actualizar y conservar su trabajo, porque esas personalizaciones e integraciones se conservan automáticamente durante la actualización.

En lo referente al grado de adopción de esta tecnología entre las microempresas, según datos del INE (2016), sólo el **7,2%** de empresas con menos de 10 asalariados adquieren algún servicio de cloud computing usado a través de internet.

En cuanto a la tipología de servicios que adquiere ese 7,2% de microempresas, observando el gráfico 8 advertimos que la mayoría de servicios cloud contratados por estas empresas tienen que ver con el almacenamiento de ficheros (un 66,3%), seguido de servicios de correo electrónico (un 63,1%).

Gráfico 8

% de Microempresas que contratan servicios Cloud Computing según tipología.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (primer trimestre 2016)

Podemos concluir que la penetración del cloud computing entre las microempresas españolas es realmente baja (7,2%) y que los servicios contratados son básicos, por lo que no aprovechan el gran potencial en ahorro de infraestructura que tiene ésta tecnología.

5.6.8. Software open source

Los programas de código abierto como indica su nombre, son aquellos programas cuyo código fuente está libre lo que permite usarlo libremente y sin restricciones e incluso modificarlo, distribuirlo o mejorarlo.

Entre las ventajas que tiene utilizar este tipo de software encontramos:

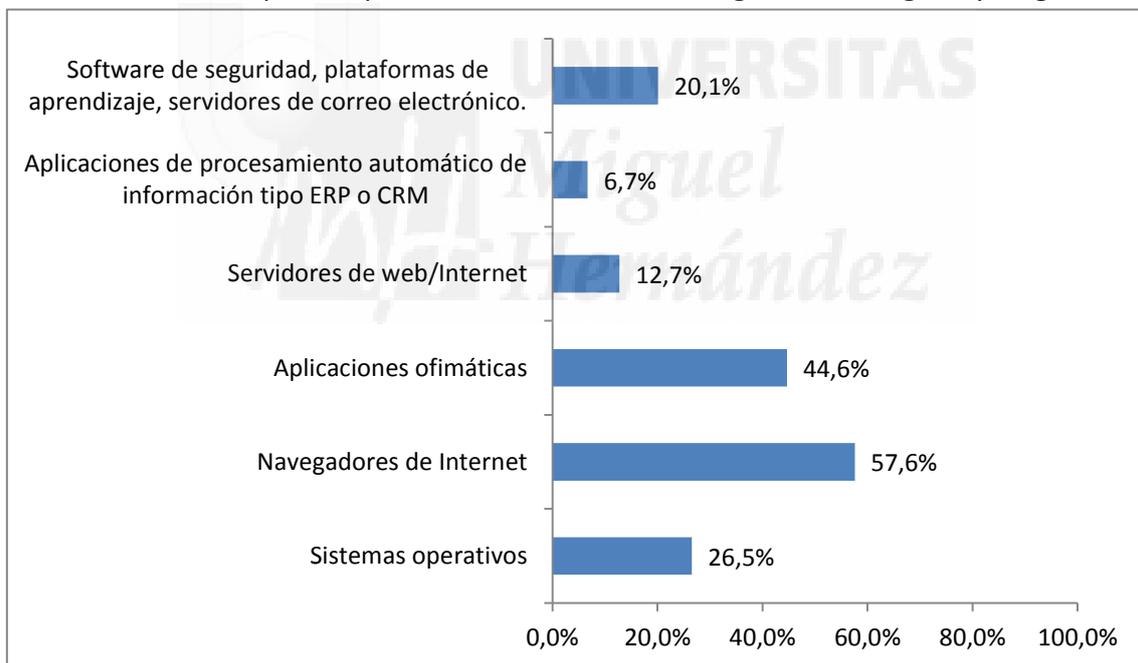
- Bajo coste de implantación: El coste de las licencias es gratuito, únicamente requiere inversión para la instalación, configuración y formación.
- Independencia frente al proveedor: No dependemos del proveedor de la solución.
- Fácil personalización: Se puede modificar para adaptarlo a las necesidades específicas de cada empresa.

Este tipo de software, según datos del INE (2016) es empleado por el **61,51%** de las microempresas, lo que indica que el grado de adopción es alto si lo comparamos con otras tecnologías. Quizás el bajo coste de implantación de estas soluciones y su amplia variedad sean las principales razones por las que tienen tanto éxito.

A continuación en el grafico 9 se muestra el grado de adopción del Open Source entre las microempresas españolas según su tipología.

Grafico 9

% de Microempresas que utilizan software de código abierto según tipología.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (primer trimestre 2016)

Como se puede observar en el gráfico 9, entre los programas de código abierto que tienen mayor penetración entre las microempresas están, los navegadores de internet como Mozilla Firefox, con un 57,6% seguido de las aplicaciones ofimáticas como por ejemplo Open Office con un 44,6% y por debajo los sistemas operativos tipo Linux con un 26,5%.

Por otra parte se observa que los ERP y CRM de código abierto han tenido una penetración muy baja, ya que tan solo el 6,7% dispone de alguno, esto puede suponer

una oportunidad de negocio para las asesorías, la cual analizaremos en el epígrafe 5 del presente trabajo.

5.7. TICs en las asesorías.

Si queremos realizar una buena planificación de la infraestructura tecnológica para una asesoría que nos permita diferenciarnos de la competencia y ser más competitivos y eficientes, antes es necesario conocer cuál es actualmente el nivel tecnológico de los despachos, así como saber que tendencias se están imponiendo o gestando respecto al uso de TIC en el sector.

Con dicho fin, en el presente apartado analizaremos en primer lugar el grado de adopción de las TIC en las asesorías, para ello realizaremos una comparación de los datos de adopción de TIC en las asesorías con respecto los datos de adopción de las microempresas pertenecientes al mismo sector.

Puntualizar que el CNAE de las asesorías es el 692 “Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoría fiscal” dicha actividad se encuentra dentro del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas. En la tabla 8 podemos ver las actividades de las que se compone dicho sector y que serán la que se tomarán como referencia para el análisis del caso que nos ocupa.

Tabla 8

Composición del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas.

Sector	Total	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas
69 Actividades jurídicas y de contabilidad	152.263	149.467	2.608	138	50
70 Actividades de las sedes centrales; actividades de consultoría de gestión empresarial	19.329	18.244	877	159	49
71 Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	108.578	105.954	2.248	281	95
72 Investigación y desarrollo	6.920	6.424	323	134	39
73 Publicidad y estudios de mercado	39.771	38.353	1.166	188	64
74 Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	43.245	42.694	455	65	31
TOTAL ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	370.106	361.136	7.677	965	328

Fuente: Informe E-Pyme 2015 ONTSI (2016).

Posteriormente se pondrán de manifiesto algunas de las tendencias respecto al uso e implantación de TIC en las asesorías, así como diversos aspectos que los clientes

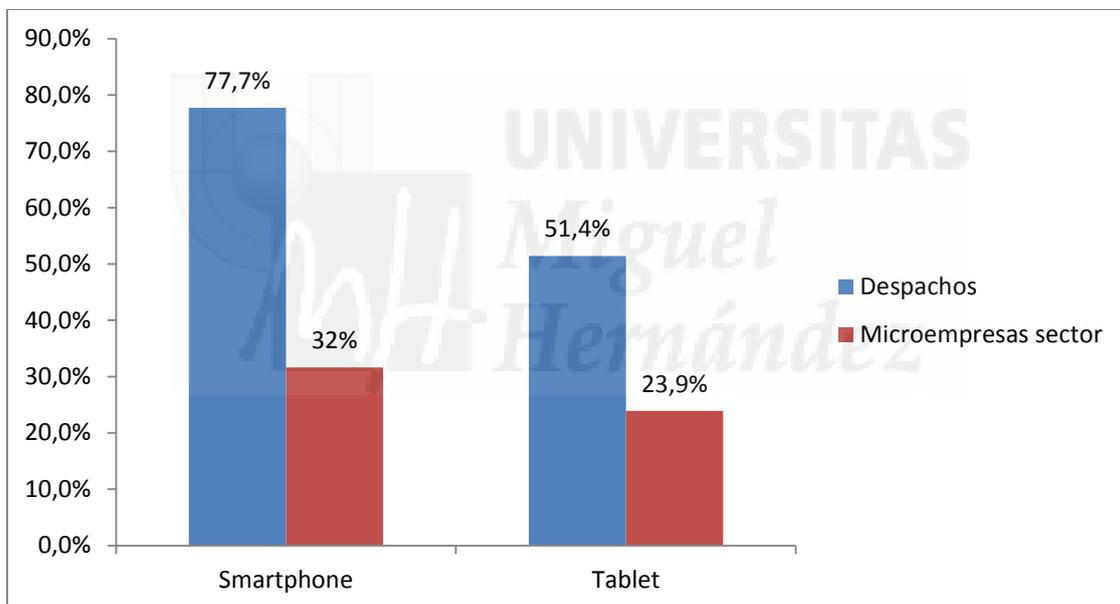
demandan y valoran positivamente y que tienen que ver con el empleo de las TIC en las asesorías. Esto unido a diversas razones que se darán a lo largo del presente epígrafe pondrá de relieve el impacto que están teniendo las TIC en el sector de las asesorías y la necesidad que tienen las mismas de adaptarse a aquellas.

Como comentábamos anteriormente, comenzaremos analizando el grado de adopción de las TIC en las asesorías.

En cuanto al uso de dispositivos de movilidad, según el gráfico 9, el porcentaje de despachos que pone a disposición de los empleados Smartphone para uso empresarial es del 77,7% muy superior al de las microempresas del sector (32%). Lo mismo ocurre con las Tablet el 51,4% de los despachos posee alguna mientras que en las microempresas del sector solo lo hace el 23,9%.

Gráfico 9

% de adopción de dispositivos de movilidad en las asesorías frente a las microempresas del sector.

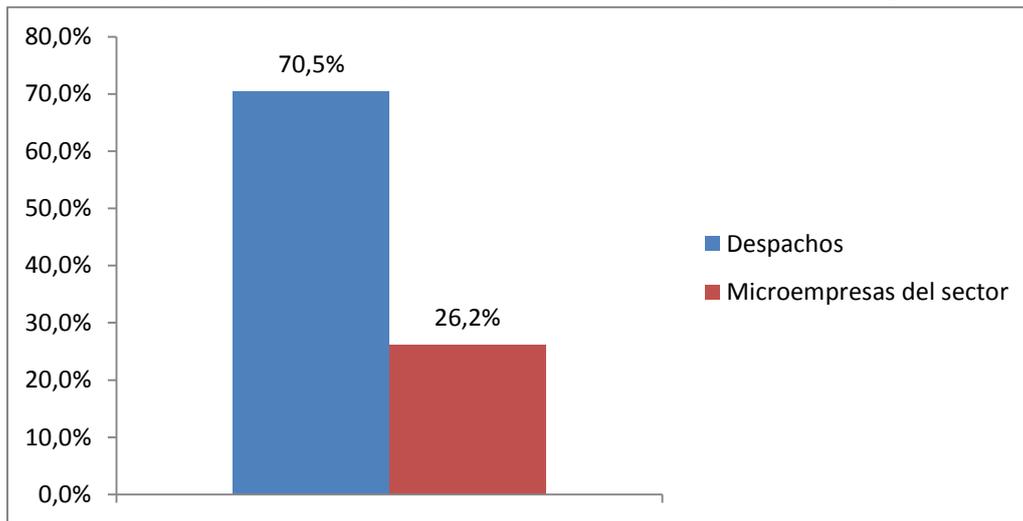


Fuente: elaboración propia a partir de datos del Estudio sobre claves del sector de los despachos Amado et al (2015) y datos del Informe E-Pyme 2015 ONTSI (2016)

En lo referente a la página web, la mayoría de los despachos (70,5%) cuenta con una página web corporativa. En el caso de las microempresas del sector el porcentaje se reduce al 26,2%.

Gráfico 10

% de despachos y microempresas del sector que disponen de página web

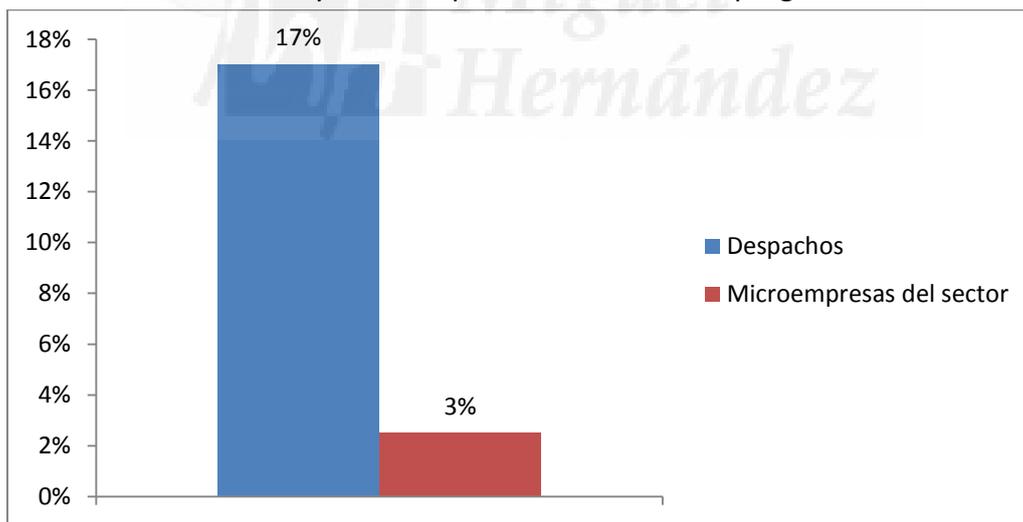


Fuente: elaboración propia a partir de datos del Estudio sobre claves del sector de los despachos Amado et al (2015) y datos del Informe E-Pyme 2015 ONTSI (2015)

No sucede lo mismo con la integración de un software ERP ya que solo el 17% de las asesorías dispone de uno. Aunque si lo comparamos con las microempresas del sector (2,5%) comprobamos que los despachos van por delante en la implementación de ERP.

Gráfico 11

% de asesorías y microempresas del sector con programas ERP



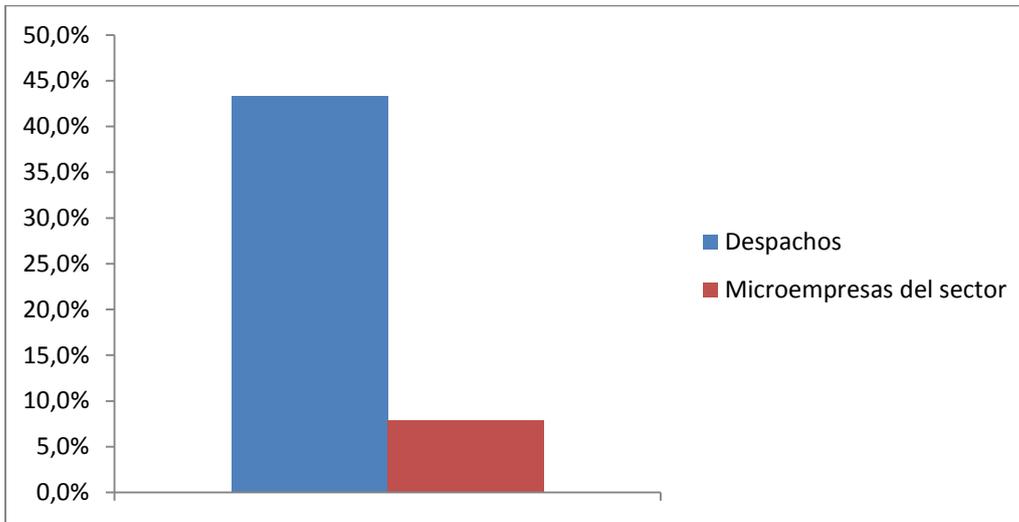
Fuente: elaboración propia a partir de datos del Estudio sobre claves del sector de los despachos Amado et al (2015) y datos del Informe E-Pyme 2015 ONTSI (2015)

Por otro lado, resaltar la penetración que la tecnología “cloud computing” ha tenido entre las asesorías, ya que si la comparamos con las microempresas del sector, vemos

que mientras que el 43,3% de las asesorías contrata soluciones de este tipo, en el sector tan solo lo hace el 7,9% de las microempresas.

Gráfico 12

% de despachos y microempresas que contratan soluciones “cloud computing”



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Estudio sobre claves del sector de los despachos Amado et al (2015) y datos del Informe E-Pyme 2015 ONTSI (2015)

Para finalizar este apartado, añadiremos, que según el informe Evolución del sector de los despachos profesionales de Jordi Amado et al (2015) p.83, muchos asesores consideran que los retos de futuro del sector pasan por:

- La adaptación tecnológica (ganar productividad, eficacia y eficiencia, ganar notoriedad y clientes mediante redes sociales...)
- La ampliación de la cartera de servicios para ganar clientes y mejorar los niveles de facturación.
- Mejorar la capacitación de la propia plantilla, tanto en materia tecnológica, como en el reciclaje de contenidos técnicos y profesionales.
- Mejorar la calidad en el servicio, el trato con el cliente y la comunicación con el mismo, como polos de competitividad que además contribuyen a aumentar el nivel de fidelización de la propia cartera de clientes.

Como se puede apreciar los retos de futuro que los mismos asesores establecen para sí, no solo giran en torno a la adaptación en nuevas tecnologías, sino que éstas son la herramienta fundamental para alcanzarlos.

Existen otros datos en el mencionado informe que ponen de relieve la importancia de las TIC en el sector.

Según el mismo, el porcentaje de asesores que piensan que existen oportunidades de negocio en el sector de la asesoría (34,5%), considera que la mayoría de dichas oportunidades procederían del ámbito de las TICs.

Dentro de dicho ámbito cabe resaltar la asesoría online, la intermediación telemática, el marketing digital y el social media, aunque como apunta el informe no queda claro en este último caso si hace referencia a ofrecer estos servicios (diseño web, posicionamiento SEO...)

Otros datos que merecen especial atención son los relativos a la política de inversiones y estrategias que están poniendo en marcha las asesorías para crecer. Según el informe Evolución del sector de los despachos profesionales de Amado et al (2015) el 42,1% de las asesorías tiene intención de acometer inversiones en el próximo ejercicio y añade además que, el 28,7% de las asesorías tiene entre sus estrategias para crecer la de mejorar la infraestructura tecnológica orientada al cliente ofreciéndole servicios telemáticos.

En cuanto a esa infraestructura tecnológica orientada al cliente con la que cuentan los despachos actualmente, podemos destacar dos componentes que afectan, no solo al valor añadido que espera y valora el cliente, sino también a los procesos productivos de la asesoría.

El primer componente es la extranet, en ella los clientes tienen disponible de forma inmediata y continuada toda la documentación que la asesoría les ha ido generando en la prestación de los servicios (impuestos, escrituras, balances, informes, etc...). En este sentido, según el informe de referencia, en 2015 el 26,1% de las asesorías disponía de extranet, mientras un 17,4% estaba en proceso y el resto el 56,5% no disponía.

El otro componente es el de las plataformas telemáticas compartidas con los clientes. Estas plataformas posibilitan trabajar e intercambiar información conjuntamente con el cliente y comunicarse de manera bidireccional.

En cuanto a la presencia de estas plataformas en las asesorías en el año 2015, el 21,9% disponía de una, el 4,7% estaba dando pasos para obtenerla y el 73,4% no disponía de ella.

Por otra parte, también se debe tener en cuenta las características, factores y aspectos que los clientes demandan, esperan y valoran de sus asesorías y que tienen relación directa con las TICs.

En este sentido de Amado et al (2015) subrayan que para los clientes las características de un servicio de valor añadido de una asesoría descansan, entre otros ejes fundamentales en:

“Mayor y mejor comunicación con el cliente, presencial y telemática. El cliente expresa su deseo de tener una mayor conexión con su asesor y que éste conozca de forma personalizada la empresa o negocio de tal modo que el asesor y/o asesores sean capaces de anticipar sus necesidades ante nuevas coyunturas, sobre todo derivadas de cambios legislativos que les puedan afectar.”

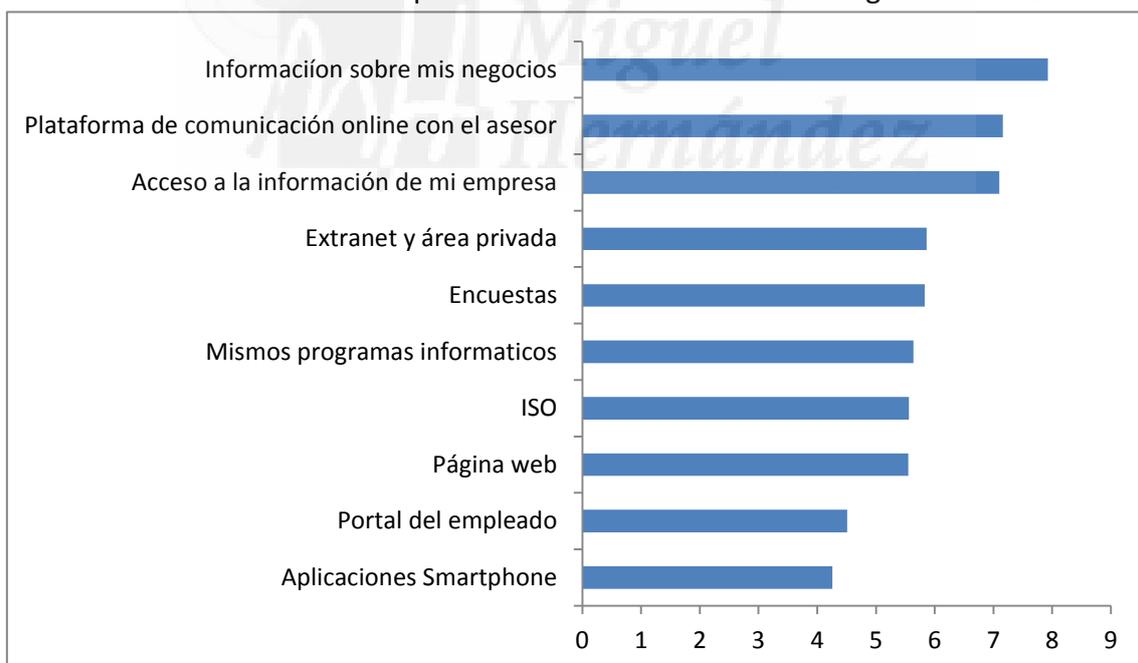
Otra cuestión importante a destacar es el factor tecnológico empleado en la relación entre empresa/cliente-asesor y la valoración que hacen de él las empresas/cliente a la hora de escoger una asesoría.

Dicho lo cual, la infraestructura tecnológica representa para los clientes un factor relevante y un polo de competitividad frente a otros despachos, siempre y cuando facilite y mejore los flujos de comunicación telemáticos con los asesores.

La valoración del 1 al 10 de algunos de los factores tecnológicos tenidos en cuenta por los clientes a la hora de escoger una asesoría, que podemos ver en el gráfico 13, revela que los tres aspectos que más valorados por orden de importancia son: disponer de información sobre sus negocios, contar con una plataforma online de comunicación con su asesor y el acceso a la información de sus empresas.

Gráfico 13

Valoración media de la importancia de TICs a la hora de escoger una asesoría



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Estudio sobre claves del sector de los despachos Amado et al (2015).

Un aspecto importante y que valoran los clientes, es que su asesoría disponga de los mismos programas informáticos que él, o por lo menos estén conectados de manera que se pueda exportar/importar la información de uno a otro.

En ese sentido tan sólo el 12% de las empresas han conectado total o parcial sus programas con los de su asesor, este dato pone de relieve la necesidad de las asesorías en centrar sus esfuerzos en la integración de sus programas con los de sus clientes.

Destacar que dicha integración, no solo será un factor de relevancia para sus clientes, sino que redundará en una mayor productividad para el despacho en la medida en que se eliminan las tareas repetitivas y que no aportan valor.

6. Estrategia TIC de una asesoría.

Si analizamos los retos de futuro de los despachos, que enunciamos en apartados anteriores, advertimos que todos ellos giran en torno al empleo de las TIC, que serán, si no lo son ya, las herramientas para competir y crecer en el mercado.

Por este motivo, entre otros, es preciso realizar una buena planificación de los recursos TIC, en la que quede perfectamente definido qué soluciones se van a emplear y con qué objetivos concretos.

En este epígrafe diseñaremos una estrategia tecnológica para una asesoría de empresas. Para ello, en base al epígrafe anterior, teniendo en cuenta los datos, las tendencias, las demandas de los clientes y las razones sobre el uso de la TIC en las asesorías, indicaremos las tecnologías o soluciones a emplear, para qué fines o tareas y también comentaremos algunos de los beneficios concretos que reporta su uso o adopción para este negocio.

6.1. Servidor dedicado.

El servidor dedicado es un servicio cloud de tipo PaaS en el que se pone a disposición de la empresa usuaria un servidor virtual con un sistema operativo y un rendimiento determinado donde puede instalar todos los programas que va a emplear.

Para el caso que nos ocupa, realizaremos la contratación de un servidor dedicado en el que se instalarán algunas de las aplicaciones que se irán enunciando continuación.

Con ello, entre otras cosas conseguiremos, un ahorro importante en inversión y mantenimiento de hardware, puesto que por un lado, debido a la escalabilidad de la solución, podemos contratar más potencia (memoria RAM y almacenamiento) en función de nuestras necesidades. Y por otra parte conseguimos un ahorro importante en mantenimiento de equipos, copias de seguridad y energía eléctrica, puesto que con un servidor dedicado prescindimos de tener un servidor físico en la empresa con todos los gastos que ello conlleva.

Otra de las ventajas del servidor dedicado es que posibilita el acceso remoto desde cualquier lugar a toda la información de las aplicaciones instaladas en él.

6.2. Sage despachos

Es un ERP diseñado para el sector de los despachos profesionales, pero más concretamente para las asesorías.

Para que nos hagamos una idea, se puede decir que Sage Despachos es la principal maquinaria con la que se produce en la asesoría, en ésta solución se realiza tanto la gestión interna de la asesoría, como todas las actividades y tareas relacionadas con los servicios que prestamos a los clientes, tales como contabilidad, cálculo de impuestos y nóminas, cuentas anuales, etc...

Es una solución modular que permite la gestión completa e integrada de todos los departamentos de una asesoría y la prestación de servicios a sus clientes. Éste ERP cuenta con los siguientes módulos:

- **Gestión interna del despacho:** resuelve las necesidades de organización, gestión y seguimiento de las actividades del Despacho de forma eficiente y con la máxima productividad
- **Gestión de Contable:** Permite gestionar todos los procesos contables en función de las obligaciones legales y forma jurídica de las diferentes clientes del despacho.
- **Gestión Fiscal:** incluye soluciones de gestión y asesoramiento de los impuestos tanto de Sociedades como de Renta y Patrimonio.
- **Gestión laboral:** permite una óptima gestión de todos los procesos que componen el ciclo laboral así como de las obligaciones legales tanto de los clientes, como del propio despacho.
- **Análisis de negocio:** Ofrece una visión general y analítica de los indicadores de negocio del Despacho y de sus clientes
- **Soluciones de comunicación:** ofrece pasarelas de comunicación y módulos que incrementan la conectividad entre el despacho y sus clientes

Los beneficios que destacan del software Sage Despachos enumerados en la página web del proveedor Sage Spain, S.L. son los siguientes:

- Una solución en constante evolución funcional y tecnológica, que incluye mejoras en cada versión, respetando las personalizaciones que ya tengas aplicadas.
- Permite trabajar a los usuarios de forma cómoda, con criterios de usabilidad gracias a su interfaz moderna e intuitiva.
- Da la seguridad de estar actualizado a la legalidad vigente.
- Facilita la comunicación entre el despacho y los clientes, así como con la Administración Pública y las entidades financieras.

- Permite tener un control más profesionalizado del despacho.
- Incrementa la productividad reduciendo los costes y eliminando tareas manuales repetitivas.
- Aporta más eficiencia al integrar en una sola base de datos las diferentes áreas que componen el Despacho profesional o asesoría.
- Facilita la toma de decisiones con una visión general y analítica de las actividades del despacho y del estado de los clientes.

6.3. Sage One despachos.

Es un software en la nube diseñado para los clientes de los despachos que disponen de Sage Despachos. En él, los autónomos y Pymes pueden realizar una gestión básica de sus negocios y acceder a toda la información desde cualquier lugar y dispositivo.

Esto otorga una gran ventaja a los asesores, ya que la información que introduce el cliente en su gestión diaria, aparte de poder conocerla en tiempo real para asesorar al cliente, es posible exportada al programa de la asesoría con un simple clic, con ello nos ahorramos pérdidas de tiempo en realizar tareas repetitivas como contabilizar facturas manualmente y conseguiremos disponer de más tiempo para asesorar a los clientes.

Los objetivos/beneficios de facilitar a los clientes del despacho este programa son los siguientes:

Aportar valor y fidelizar a los clientes: Los clientes pueden emitir presupuestos y facturas, registrar gastos, controlar pagos y cobros, así como gestionar la tesorería. Todo esto les posibilita acceder a la gestión e información de su negocio desde cualquier lugar y dispositivo, todo ello conectado con su asesor.

Incrementar la productividad y mejorar la calidad del servicio del despacho: La información (ingresos, gastos, cobros, pagos, etc) que introducen los clientes se exporta automáticamente a nuestro ERP Sage Despachos con lo que ahorramos tiempo que podemos emplear para asesorar o realizar trabajos de mayor valor.

6.4. Dolibarr

Dolibarr es un ERP-CRM de código abierto que funciona en local o instalado en un servidor en la nube. Éste programa permite realizar una gestión global de cualquier empresa u organización. Lo bueno de dolibarr es que es muy completo y gratuito, además es muy fácil de usar y puede ser tener instalado y estar en funcionamiento en unos pocos minutos.

En nuestro caso, recomendamos incluir Dolibarr en la infraestructura TIC de la asesoría como base de datos de clientes que, nos permita el control de las relaciones y/o acciones que se producen entre la asesoría y cada uno de los clientes, así como

para llevar la gestión documental del despacho. De ésta manera dispondremos de toda la información y documentación interna y de los clientes de manera ordenada y rápidamente accesible desde cualquier lugar tanto por parte de los clientes como por parte de miembros del despacho.

A grandes rasgos las principales funcionalidades de Dolibarr que emplearemos en nuestra estrategia serán las siguientes:

- a) Base de datos de clientes y potenciales.

En Dolibarr dispondremos de las fichas de los clientes y de los clientes potenciales con toda la información de contacto y el estado de las negociaciones en el caso de los potenciales.

Además los clientes y los potenciales serán clasificados por categorías (Autónomo, Sociedad Limitada, Particulares, Clientes Renta), con ello conseguimos sacar listados filtrados por categoría para saber el número de clientes que tenemos de cada categoría o enviar comunicaciones segmentadas.

- b) Gestión documental.

Con Dolibarr se llevará la gestión documental tanto interna de la asesoría como de los clientes, por lo que en él se guardarán:

Documentos internos Asesoría: Son modelos o formularios de contratos, hojas de encargo, autorizaciones que deben firmar los clientes para trabajar con la asesoría, así como recursos, escritos que se emplean para prestar servicio clientes, el **Know how**.

Documentos Clientes: En la ficha de cada cliente existe un directorio de archivos donde se irá subiendo a la carpeta correspondiente los documentos que se van generando en la asesoría (nóminas, impuestos, escrituras, etc...).

- c) Gestor de correo electrónico.

Con el módulo de correo electrónico gestionaremos nuestro correo a través de dolibarr, de esta manera que podremos enviar y recibir correos desde la aplicación y dispondremos en la ficha de cada cliente de forma cronológica de todos los correos que nos hemos intercambiado con él.

- d) Gestión de agenda y eventos.

Dolibarr nos permite llevar un control de las gestiones que debemos realizar a los clientes mediante la creación de eventos.

Los eventos se pueden vincular a un cliente y/o a un expediente. De manera que cuando un evento está incompleto nos sale una relación de los mismos y nos indica a qué cliente pertenece y de que se trata.

En la ficha de cada cliente existe un apartado "Agenda" con todas las acciones realizadas y pendientes.

e) Gestión de expedientes.

Una de las funcionalidades más interesantes y que debe programarse a medida ya que Dolibarr no la trae de serie, es la posibilidad de realizar la gestión de los expedientes que se generan en la asesoría.

Esa gestión se traduce básicamente en disponer de una base de datos de expedientes donde se clasifican por número y tipo de expediente y que permite saber a qué cliente pertenece, anejar documentos digitalizados y saber el estado en que se encuentra dicho expediente (si está iniciado, en trámite, finalizado o pendiente de cobro).

f) Extranet clientes.

Dolibarr permite la creación de usuarios a los que se les puede dar unos permisos para visualizar determinada información. Por ello, en nuestro caso crearemos un perfil para cada uno de los clientes con el fin de que éstos puedan acceder y consultar su documentación y expedientes realizados.

g) Listar informes.

De nada sirve tener gran cantidad de información si no podemos consultarla y procesarla, por ello Dolibarr cuenta con informes que se pueden sacar tanto en pdf como en Excel y otros formatos y que contienen toda la información generada en la aplicación, siendo además altamente personalizables.

Como podemos observar el uso de Dolibarr en la asesoría trae consigo entre otros beneficios:

- Ahorro en papel, ya que toda la información queda archivada digitalizada.
- Ahorro de tiempo y espacio físico, ya no es necesario archivar ni disponer de archivadores de los clientes.
- La información puede ser consultada más rápidamente.
- Aportamos valor al cliente, puesto que puede acceder a su documentación sin necesidad de desplazamientos.
- Conocemos el estado de nuestras prospecciones comerciales.
- La información es accesible a todos los empleados del despacho.

6.5. Difsautoform

Quizás unas de las tareas más tediosas, aunque necesarias, y que menos valor aportan para una asesoría sea la de introducir manualmente en nuestro software contable las facturas que nuestros clientes nos remiten ya sea en formato papel o en PDF.

Ya comentamos que la tarea de contabilizar facturas manualmente se podía suprimir con la herramienta Sage One Despachos. Pero para los clientes que no quieran usar esa solución, y nos remitan las facturas físicas o vía email en PDF, es necesario implementar una herramienta que nos permita contabilizar las facturas de manera automática y ahorrar tiempo que en nuestro trabajo se traduce en dinero.

Para tal fin proponemos la inclusión de Difsautoform en la estrategia TIC de la asesoría. Difsautoform es un software que permite la contabilización automática de facturas. Primeramente se digitalizan las facturas ya sea por parte del cliente si nos las envía por email y si no las escaneamos nosotros. Posteriormente programa extrae automáticamente los datos de las facturas y genera un con los asientos que pueden ser importados automáticamente a nuestro ERP Sage Despachos.

6.6. Check-it bancario

Es una aplicación en la nube bajo el tipo de servicio SaaS (pago por uso) que permite automatizar la conciliación bancaria.

Con este software se ahorra un 80% de tiempo en la contabilización de los extractos bancarios, tanto de los clientes, como del propio despacho.

Su funcionamiento es muy sencillo, primero se introducen en Check-it la claves de la banca electrónica con la que se trabaja, seguidamente la aplicación se descarga el extracto y reconoce casi todos movimientos de tesorería en él contenidos. Para los que no reconoce, por el ejemplo algún talón, la plataforma da la posibilidad dejar un mensaje al cliente para que nos indique a que cliente o proveedor corresponde. Después de que todos los movimientos estén identificados, de manera automática se genera un archivo con los asientos contables listos para importarlos a nuestro ERP Sage Despachos.

Con ésta herramienta conseguimos una mayor productividad en la contabilización de los bancos y aportamos un mayor valor al cliente ya que dispone de toda la información sobre la tesorería de su empresa en una única plataforma y a tiempo real.

6.7. Gestor de importaciones

Es un módulo del ERP Sage Despachos el cual resulta imprescindible para importar información proveniente de otras soluciones. También es primordial para volcar la información de los programas de los clientes ya que permite importar datos desde diferentes formatos como Excel, Csv, txt.... Este hecho, contribuye a la integración de los programas entre el asesor y su cliente, lo que aumenta la productividad y la rentabilidad del despacho.

6.8. Acumbamail

Es un servicio cloud de email marketing de pago por uso que permite la creación de campañas de marketing, newsletters, etc... Así mismo incluye plantillas que facilitan el diseño de la campaña e informes que permiten controlar los resultados de las mismas.

Este servicio resulta imprescindible incluirlo en nuestra infraestructura TIC para mantener informado al cliente mediante el envío de circulares informativas con novedades legislativas que les afecten. El acto de informar proactivamente, constituye un elemento definitorio para el cliente de un asesoramiento con alto valor añadido.

Un dato relevante a ese respecto es que, el 71,4% de las empresas encuestadas, en el estudio anual de coyuntura del sector de los despachos profesionales, afirma que es informado proactivamente acerca de los cambios legislativos y sus implicaciones y la mayor parte (el 71,1%) recibe dichas notificaciones por correo electrónico a través de servicios de newsletters o de alertas por email.

También resulta muy útil emplearlo en la asesoría como una herramienta comercial, como por ejemplo para enviar ofertas, promociones e información de interés a posibles clientes.

6.9. Wordpress

Es un software open source que se emplea para el diseño y publicación de páginas web, blog de empresa y personales e incluso tiendas online.

En el caso de la asesoría, recomendamos su utilización como soporte para página web y el blog de la empresa.

La página web del despacho, como es obvio, debe contener toda la información relativa al despacho (quienes somos, que servicios ofrecemos, información de contacto, etc..) pero debe ir más allá, debe convertirse en una extensión de la oficina física, servir para aportar más valor a los clientes y conseguir la captación de nuevos clientes e ingresos.

Por ello consideramos que los servicios y funciones que debe ofrecer y cumplir la web de un despacho son las siguientes:

- Punto de acceso de los servicios telemáticos (Extranet, Software de gestión, consultas online, suscripción a newsletter, soporte remoto etc...)
- Atención al cliente (chat online, formularios de contacto, acceso directo a videollamadas, etc...)
- Blog con noticias y artículos interesantes para nuestro público objetivo (Autónomos, emprendedores, pymes, asociaciones...).
- Posibilidad de contratar y prestar servicios online.

Resaltar en este punto la importancia que adquiere el blog dentro de la estrategia de la asesoría, ya que resulta imprescindible para realizar marketing de contenidos y mejorar posicionamiento orgánico en Google (SEO), con lo que podremos generar un mayor tráfico hacia nuestra web y con ello la posibilidad de captar nuevos clientes.

6.10. Redes sociales

La gestión de las redes sociales en la asesoría debe ir orientada principalmente a: dar a conocer los servicios que ofrece y transmitir la imagen de marca del despacho demostrando que se tiene pleno dominio de las materias en las que trabajamos.

Para lograr eso, es necesario compartir en las redes sociales contenido de calidad que sea interesante y aporte valor tanto a nuestro público objetivo, como a nuestros clientes actuales.

A su vez, ese contenido que compartimos, debe ser capaz de que otras personas lo compartan de manera que genere tráfico hacia nuestra web y permita que nos conozca un mayor número de posibles clientes.

No todas las redes sociales son idóneas van a ser idóneas para nuestra empresa, dependerá del sector al que pertenezca y de los productos o servicios que ofrece.

En el caso de la actividad de asesoría creemos que es más conveniente tener perfiles en LinkedIn, Facebook y Twitter.

El factor determinante que nos ha llevado a seleccionar esas tres redes sociales ha sido la presencia mayoritaria de otros despachos en las mismas. Además también nos han parecido las más adecuadas para seguir la estrategia que se expone y las más acordes para los servicios que se ofrecen.

7. Oportunidades de negocio

En base a algunos datos expuestos a lo largo del presente trabajo, se han detectado algunas oportunidades de negocio que pueden hacer que las asesorías amplíen su cartera de servicios y puedan hacer crecer sus negocios aprovechando el potencial de las TICs. A continuación se explican tres de esas oportunidades de negocio detectadas.

Consultoría y soporte tecnológicos.

Consistiría en ofrecer servicios versados en ayudar a nuestros clientes, las microempresas, a aprovechar los potenciales beneficios que les pueden reportar la utilización de las TICs en sus negocios.

Entre los nuevos servicios que creemos que se pueden ofrecer destacamos:

- Diseño y posicionamiento de páginas web.
- Marketing digital y social media.
- Proveedor de software de gestión ERP y CRM de código abierto.

- Asesoramiento en la integración de las TICs para la optimización de los procesos internos de la empresa (Elección del software adecuado, Gestión documental, implementación de E-factura, Digitalización certificada por la AEAT...)

Gestoría Online

Otra oportunidad de negocio que detectamos es la de ofrecer servicios de gestoría online a particulares y empresas. Gracias a la expansión de la administración electrónica, que permite realizar la mayoría de trámites de manera telemática, existe la posibilidad de poder ofrecer la realización de dichos trámites, de manera rápida y sin desplazamientos.

El funcionamiento sería sencillo, a través de una página web E-commerce (tienda online), los clientes realizan el proceso de compra y nos envían la información y documentos que necesitamos para la realización de dicho trámite.

Asesoría online

También se ha detectado que las TICs permiten a las asesorías modificar su modelo negocio tradicional ofreciendo los mismos servicios pero de una manera más eficiente e innovadora y que aporta más valor a los clientes.

Nos referimos a la oportunidad que se brinda de prestar servicios de asesoramiento tradicionales (fiscal, laboral y contable) de manera online aprovechando las herramientas que las TICs ponen a nuestro alcance.

Lo que se propone es prestar los servicios a través de una plataforma telemática en la se ponga a disposición de los clientes las herramientas necesarias que les posibiliten: conocer el estado en el que se encuentra su negocio y acceder a la documentación del mismo, gestionarlo conjuntamente con su asesor y mantener una comunicación fluida con él.

A grandes rasgos, entre las funcionalidades que consideramos debe cumplir dicha plataforma destacamos:

- Software de gestión.

La plataforma debe permitir a los clientes emitir sus facturas, registrar gastos, gestionar los cobros y pagos, gestionar la tesorería y sus contactos, así como la emisión de informes etc...

Esa información que los clientes introducen en la plataforma, la asesoría la traspasará automáticamente a su ERP de producción para prestar los servicios pertinentes.

- Gestión documental.

El cliente debe contar con un archivo digital tanto de los documentos que él va generando en la plataforma, como de los documentos que la asesoría le va realizando (impuestos, nominas, escrituras, contratos, etc..)

- Ticket de soporte.

Otra funcionalidad importante que debe incorporar la plataforma es la posibilidad de que el cliente nos realice consultas a través de la misma.

- Tablón de anuncios.

Convendrá contar también con un tablón de anuncios para realizar comunicaciones o promociones masivas a través de la plataforma.

8. Casos de éxito

En el presente apartado se darán a conocer los casos de éxito de dos empresas pertenecientes al sector de las asesorías que han sabido aprovechar algunas de las oportunidades de negocio expuestas en el apartado anterior.

Ayuda-T pymes



ASESORÍA LÍDER EN ESPAÑA DE PYMES Y AUTÓNOMOS

Ayuda T Pymes es una asesoría online que presta servicios de asesoramiento fiscal, contable y laboral a más de 4000 autónomos y pymes repartidos por toda la geografía española y cuenta con casi 100 profesionales en su equipo.

La metodología de trabajo es sencilla, a través de una plataforma desarrollada por la propia empresa, se pone a disposición de los clientes herramientas de facturación y gestión documental con las que pueden gestionar sus empresas y acceder su información desde cualquier lugar e incluso subir todas las facturas, recibos o cualquier documento, quedando guardados y archivados en la plataforma inmediatamente.

También dispone de una aplicación móvil gratuita en la que se puede acceder a los documentos y archivos cómodamente desde cualquier lugar y a cualquier hora.

Esa información que el cliente va introduciendo en la plataforma al realizar su gestión diaria, es aprovechada por Ayuda T pymes para prestar sus servicios de contabilidad,

cálculo de impuestos, etc.. Con ello consigue una optimización de los procesos internos importante, ya que elimina la realización de tareas manuales y repetitivas

Según el diario digital elconfidencialdigital.com la clave de Ayuda T Pymes: Industrializar los procesos propios de la asesoría tradicional permite ahorrar costes y ofrecer un servicio más rápido y de mayor calidad.

La optimización de procesos a través del uso de tecnología y profesionales especializados, junto con la naturaleza telemática del servicio, hacen viable poner a disposición del cliente una oferta muy competitiva.

Gesdocument y Gestión SAU.



Otro caso de éxito sería el de Onlinegestoria.com, solo con el nombre podemos hacernos una idea de a qué se dedica esta empresa, en efecto, realiza todo

tipo de trámites a particulares y autónomos ante las diferentes administraciones y todo ello a través de su web www.onlinegestoria.com.

En dicha web se pueden realizar infinidad de trámites online, desde inscribir a un bebe en el registro civil, pasando por todo tipo de certificados de hacienda y seguridad social, declaraciones de IRPF, licencias de caza, notas de registro y un largo etc...

Los datos definitivos que nos indican que este modelo de negocio es un verdadero caso de éxito, son los de resultados de la empresa. Según datos consultados en la base de datos SABI esta sociedad alcanzó una cifra de negocio en 2015 de 7.344.835 € y arrojó un EBITDA de 1.006.897 €. Además contaba con 177 empleados.

Estos datos nos dan una idea de la oportunidad de negocio que puede representar ofrecer estos servicios a través de internet.

9. Conclusiones

Como se ha podido advertir a lo largo del presente trabajo. Las TIC están muy presentes en nuestra sociedad. Cada vez más influyen en diferentes aspectos de la sociedad y se están convirtiendo en herramientas imprescindibles y de uso frecuente en nuestra vida cotidiana. Es por ello que las empresas deben adaptarse a ésta nueva realidad social si quieren satisfacer correctamente las necesidades de sus clientes y por ende sobrevivir en el mercado.

Por otra parte, se ha constatado que la implantación de las TIC, generan productividad dentro de la empresa. En el caso de las asesorías podemos concluir que la implantación de las TIC en las mismas incrementa la productividad laboral, en tanto en cuanto dichas tecnologías mejoran y automatizan el proceso productivo, permitiendo realizar una mayor cantidad de tareas sin variar el factor trabajo y reducir la cantidad de inputs para generar valor añadido.

Este incremento en la productividad en el despacho se traduce en:

- Mayores tasas crecimiento y competitividad: podemos atender a un mayor número de clientes sin incrementar los costes de personal.
- Ahorro de costes: Se ahorra tiempo con lo cual ahorramos dinero.
- Mayor tiempo productivo: El tiempo ganado lo podemos dedicar a tareas que aporten más valor (consultoría estratégica, de recursos humanos, tecnológica...)
- Aumentamos la fidelidad de nuestros clientes: La comunicación con los clientes es fluida, dotamos de herramientas a nuestros clientes que les permiten controlar mejor sus empresas y disponer de la información necesaria en el momento oportuno.

No cabe duda de que cuando se adoptan soluciones TIC en las empresas se hace para conseguir unos objetivos concretos. Esos objetivos pueden ser muy variados aunque generalmente irán encaminados a la consecución de ventajas competitivas, mejorar la comunicación con los clientes, introducirse en nuevos mercados, ofrecer nuevos productos y/o servicios, adaptarse al mercado o mejorar los procesos productivos.

En el caso de los despachos profesionales, llegamos a la conclusión de que las TIC que se adopten deben servir básicamente para la mejora de los procesos productivos e internos, la mejora de la comunicación bidireccional entre Asesor-Cliente y la ampliación de la cartera de servicios.

Así mismo se ha comprobado que el sector de los despachos profesionales es un sector muy maduro en el que existe una gran competencia y donde los servicios que se prestan están estandarizados y muy poco diferenciados, pero podemos concluir que con el empleo de la TICs esos servicios se pueden prestar de forma más personalizada y a la vez diferenciada del resto de competidores.

Hay que añadir que la aplicación de las TIC en las asesorías también genera oportunidades de negocio, que como hemos podido comprobar son muy rentables y tienen un gran potencial de crecimiento y futuro.

Y para concluir, espero que el presente trabajo dé pie a futuros trabajos que profundicen en los temas tratados.



Bibliografía.

Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales [AMETIC], (2012). *Mapa Hipersectorial de las TIC*. Obtenido de: http://ametic.es/sites/default/files//Mapa_Hipersectorial%20AMETIC_abril2012.pdf

Carro Arana, M. & Hernando Moliner, G. (2009). *Los nuevos desafíos de la consultoría económica: contrastación empírica*. *Revista Universo Contábil*, 142-157. <http://dx.doi.org/10.4270/ruc.2009218>

Cobo, J. (2009). *El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento*. *Zer*, 14(27), 295-318. Obtenido de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer27-14-cobo.pdf>

Currás, M. B. et al (2007). *Evidencias del impacto de las TIC en la productividad de la empresa. ¿ Fin de la «paradoja de la productividad»?*. *Cuadernos de Economía*, 30(82), 5-36. Obtenido de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0210026607700067>

De Ita, M. M., & Eugenia, M. (1994). *El concepto de productividad en el análisis económico*. *Red de Estudios de la Economía Mundial*. México. Obtenido de: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38054962/productividad-laboral.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1480266563&Signature=seBQiSnUurljZhcoh7%2Fz0VEAVMc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCowing_y.pdf

Elconfidencialdigital.com (2016) obtenido de: http://www.elconfidencialdigital.com/la_buena_vida/negocio/asesoria-Pymes-autonomos-cambiando-reglas_0_2810118974.html

Eleconomista.es (2012) *'Cloud Computing': qué es, para qué sirve y cuáles son sus aplicaciones*. Obtenido de: <http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4087167/07/12/Cloud-Computing-que-es-para-que-sirve-y-cuales-son-sus-aplicaciones-.html>

Expansion.com (2015). *¿Qué ingresos y beneficios declaran Apple, Facebook y Google en España?*. Obtenido de: <http://www.expansion.com/empresas/tecnologia/2015/10/12/561c035b46163ff8298b458b.html>

INE. (2016) DIRCE. OBTENIDO DE INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA:

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37/p201&file=inebase&L=0>

INE. (2014). *Encuesta anual de servicios*. OBTENIDO DEL INSTUTO NACIONAL DE ESTADISTICA:

http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176865&menu=resultados&idp=1254735576778

Mas, M., & Quesada, J. (2005). *Las nuevas tecnologías y el crecimiento económico en España*. Fundacion BBVA. Obtenido de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YNbwBLHyy0sC&oi=fnd&pg=PA13&dq=mas+y+quesada+2005+a&ots=UK1gV_ETfV&sig=URoH-VxstEDszjIMZWmiPu5dlryE#v=onepage&q=mas%20y%20quesada%202005%20a&f=false

Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI [ONTSI], (2016) *E-Pyme 2015. Análisis sectorial de implantación de las TIC en la pyme española*. Obtenido de:

<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/e-pyme-15-an%C3%A1lisis-sectorial-de-implantaci%C3%B3n-de-las-tic-en-la-pyme-espa%C3%B1ola>

Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI [ONTSI], (2015) *Informe anual del sector TIC y de los Contenidos*. Obtenido de:

http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/destacados_informe_sector_ticc_edicion_2015.pdf

Puromarketing.com (2014) *Las 10 grandes ventajas social media que toda empresa debería conocer*. Obtenido de:

<http://www.puromarketing.com/42/22811/grandes-ventajas-social-media-toda-empresa-deberia-conocer.html>

Rebollo, M. (2005). *Sociedad de la Información y TIC*. Obtenido de

<http://www.mrebollo.es/tic4edu/docs/tic.pdf>

SÁNCHEZ-TORRES, J., GONZÁLEZ-ZABALA, M., & MUÑOZ, M. (2016). *La Sociedad de la Información: Génesis, Iniciativas, Concepto y su Relación con Las TIC*. Obtenido de:

<http://revistas.uis.edu.co/index.php/revistausingenierias/article/view/3201/3421>