



Informe sobre las
actividades de
madridtecnología para
micropymes del sector:
Hostales y Pensiones

Septiembre de 2008

Índice

1 Introducción del sector	3
2 Descripción cuantitativa	4
2.1 Grado de desarrollo de las TIC.....	4
2.1.1 Servicios de Comunicación	4
2.1.2 Tipo de usos de Internet	5
2.1.3 Hardware existente	6
2.1.4 Aplicaciones y soluciones Software utilizadas.....	7
2.2 Distribución por distritos	8
3 Grado de satisfacción.....	9
4 Interés en la introducción de las tecnologías.....	10

1 Introducción del sector

Dentro de las acciones desarrolladas en el proyecto madridtecnología, en el área de empresas, se ha realizado un importante campaña de sensibilización sobre las pymes y micropymes madrileñas, entre las que se incluyen las del sector Hostelería-Alojamiento y dentro de este los pequeños hoteles, pensiones y hostales excluyendo los grandes hoteles y cadenas por estar fuera del alcance de esta acción.

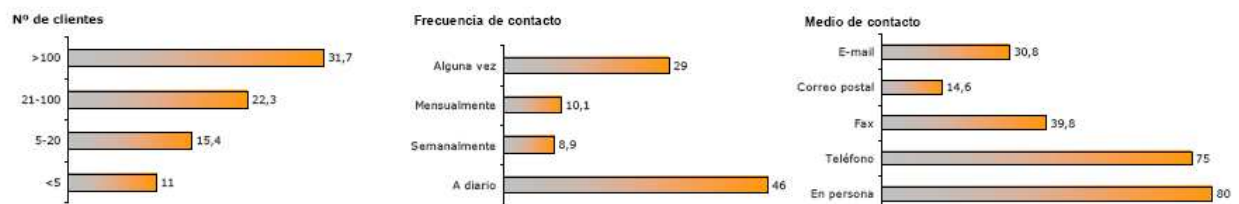
Según datos del Observatorio de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, en el informe "La microempresa española en la sociedad de la información 2004", el sector de la hostelería-Alojamiento está formado en el 71% de los casos por empresas de menos de tres empleados, teniendo el 58% de los empresarios más de 45 años

El contacto con los cliente y proveedores es principalmente personal y telefónico, estando el resto de soluciones muy lejos en su utilización.

Relación con proveedores



Relación con clientes



El uso del PC es moderado en media a nivel nacional, estando presente en un 68.4% de los establecimientos, disponiendo de acceso a Internet el 60% de estos.

El acceso a Internet a través de banda ancha se da en el 57,5% de las empresas, destacando especialmente el número de ellas que disponen de web, 50%, muy por encima de otros sectores de la micropyme española

En la acción desarrollada hasta la fecha, basada en contactos telefónicos, visitas a puerta caliente, con visita concertada, y visitas a puerta fría, sin cita concertada, se ha contactado con 127 empresas, de las que 84 han solicitado un informe de prediagnóstico y recomendaciones.

2 Descripción cuantitativa

Durante las visitas a las distintas empresas se ha recabado información sobre el tipo de soluciones de comunicación utilizadas, tipo de conexión y uso de Internet, así como sobre el software y hardware específico disponible en su local.

En los siguientes dos apartados se reflejan únicamente los resultados de estas cuestiones para aquellas empresas que han solicitado la generación de un informe de prediagnóstico y recomendaciones.

2.1 Grado de desarrollo de las TIC

2.1.1 Servicios de Comunicación

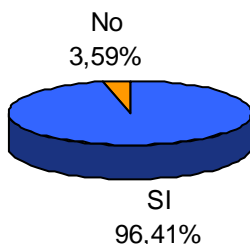
En las siguientes graficas puede verse el grado de utilización de los distintos servicios de comunicación disponibles.

El uso de la telefonía fija es generalizado, para el cierre de reservas y ligado al uso de datáfonos para el cobro con tarjetas de crédito. Al desarrollarse toda la actividad dentro de un local, las comunicaciones móviles no son utilizadas profesionalmente habitualmente.

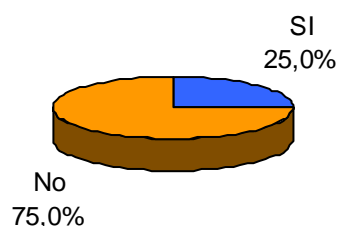
El uso del fax está generalizado en los establecimientos de tamaño medio-alto del sector ya que es el medio habitual para recibir reservas desde agencias de viajes y/o confirmaciones de reservas.

El acceso a Internet es prácticamente obligatorio por la necesidad de transmitir al Ministerio del Interior los datos de los huéspedes alojados de forma diaria.

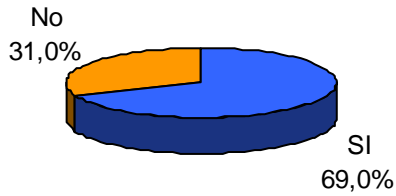
Dispone de Telefonía fija



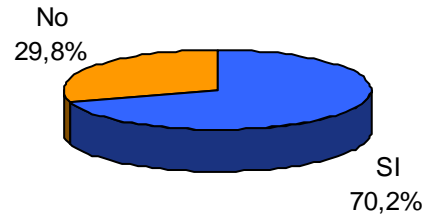
Utiliza profesionalmente telefonía móvil



Utiliza profesionalmente el fax



Dispone de acceso a Internet

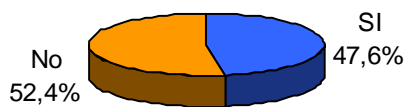


2.1.2 Tipo de usos de Internet

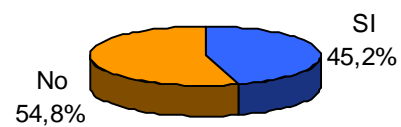
La mayor parte de establecimientos visitados indica que si dispone de página web y que el acceso a Internet es utilizado para reportar los datos de los huéspedes al Ministerio del Interior según obliga la legislación vigente, no utilizándose para otros aspectos.

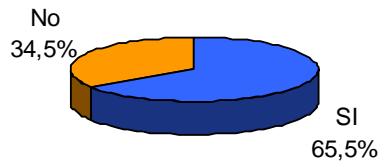
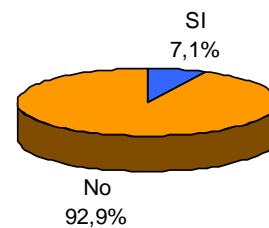
La mayor parte de las web disponibles son estáticas y descriptivas, no permitiendo la reserva on-line de servicios.

Navega por internet



Dispone de correo electrónico profesional



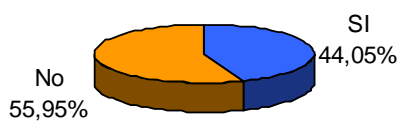
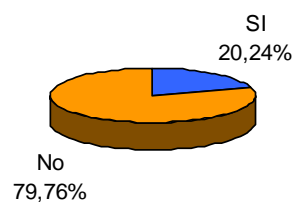
Dispone de Web**Efectua pagos por internet**

2.1.3 Hardware existente

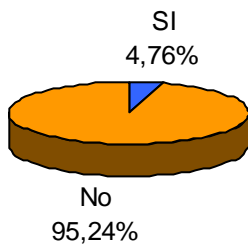
El uso de ordenadores personales tanto fijos como portátiles, está bastante extendido entre los establecimientos, dentro del sector, de tamaño medio-alto, no tanto en las pequeñas pensiones, en muchos casos con menos de 5 habitaciones.

La extensión de las redes locales es muy reducida ya que la mayor parte de establecimientos únicamente disponen de un ordenador personal y no prestan servicios de acceso a Internet a sus clientes, por lo que tampoco disponen de redes inalámbricas.

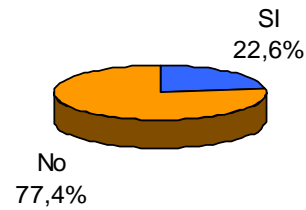
El uso de TPV se limita principalmente a aquellos establecimientos que disponen de cafeterías- restaurante, o en aquellos casos que realmente utilizan un ordenador personal con una pantalla táctil con software sectorial asociado a un TPV.

Dispone de PC**Dispone de PC portatil**

Dispone de TPV



Dispone de red local



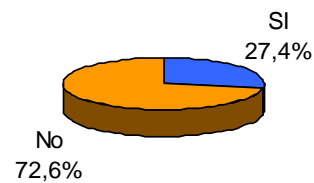
2.1.4 Aplicaciones y soluciones Software utilizadas

El uso de paquetes sectoriales está poco extendido, alegando la mayor parte de las veces que no es necesario para ellos, dado que el pequeño tamaño de los establecimientos les permite una gestión prácticamente manual, apoyándose en todo caso en aplicaciones ofimáticas estándar. Las gestiones administrativas suelen estar externalizadas, por lo que en la mayoría de las ocasiones no requieren aplicaciones específicas.

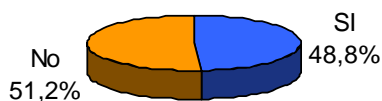
Usa paquetes ofimaticos estandar



Usa paquetes sectoriales



Dispone de Antivirus



2.2 Distribución por distritos

Los resultados presentados en este informe deben considerarse a efectos meramente indicativos y no estadísticos, ya que la recopilación de resultados de la presente campaña de sensibilización no ha seguido una metodología orientada a la realización de un estudio del sector, para lo que se debería haber segmentado y cualificado la muestra.

Sin embargo los datos recopilados tienen un gran valor por el volumen de entrevistas alcanzado, pero no debe extrapolarse ya que estas pueden haber estado sesgadas al no haberse realizado con fines estadísticos.

Los datos recogidos en el presente informe están referidos al distrito Centro, por ser el que mayor densidad de pequeños hoteles, pensiones y hostales dispone. Este sector no es significativo en el resto de distritos.

3 Grado de satisfacción

En la siguiente tabla puede verse reflejado la percepción sobre el servicio prestado por las distintas empresas que han recibido el servicio completo.

Las respuestas se valoran como

- 1- Nada de acuerdo
- 2- Poco de acuerdo
- 3- Bastante de acuerdo
- 4- Totalmente de acuerdo

Por lo que 0 puntos implicarían una percepción negativa del servicio y 4 puntos una totalmente satisfactoria.

Puntuación media sobre 4 puntos sobre la calidad del servicio prestado	
El trato del agente ha sido correcto y ha resuelto todas mis dudas sobre la utilidad de las TIC para mi negocio	3,42
El agente posee conocimiento suficiente para resolver mis dudas	3,81
La exposición del asesoramiento por el agente ha sido clara y ha cubierto mis expectativas	3,08
El agente posee conocimiento suficiente sobre mis necesidades específicas	3,23
Me ha proporcionado un prediagnóstico correcto sobre las nuevas tecnologías en mi negocio	3,30
Una vez recibido el asesoramiento valoro más las posibilidades que las TIC pueden dar a mi negocio	3,10
En general, mi impresión del servicio recibido desde madridtecnología es buena	3,81

4 Interés en la introducción de las tecnologías

Medir el grado de interés en la introducción de nuevas tecnologías es muy complejo en un proceso como éste, ya que la decisión final no se toma siempre de forma inmediata. En el siguiente gráfico se plasma el grado de implicación de las empresas en el proyecto hasta la fecha, indicando aquellas que no quisieron participar en el programa, las que solicitaron un informe de prediagnóstico y las que indicaron en su entrega que iban a solicitar una oferta comercial, por lo que el apartado que indica su interés en recabar una oferta comercial recibió también un informe de recomendaciones.

