

Introducción:

## **Situación e perspectivas das empresas galegas ante o mercado electrónico e as TIC**

*A primeira entrega do informe e-Barómetro, realizado polo Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da USC e que publica a revista e-negociogalicia do Centro de Competencias en Comercio Electrónico, analiza o emprego de Internet e a adopción de procesos de negocio electrónico nas empresas galegas.*

O **informe e-Barómetro** ten por obxecto chegar a un coñecemento fiable no tocante á implantación das novas tecnoloxías e ás dinámicas de comercio electrónico nas empresas galegas, e analizar o seu estado en canto a infraestructuras e á incidencia que as TIC están exercendo na súa dinámica laboral.

Para realizar este informe, o Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da Universidade de Santiago de Compostela (USC) realizou durante o mes de xuño deste ano 557 entrevistas a empresas galegas, o que da idea do alto grao de fiabilidade destes resultados. O Equipo da USC fixo as enquisas empregando un sistema C.A.T.I. (enquisa telefónica asistida por ordenador).

A partir da diagnose da situación no tocante á implantación e emprego das TIC que se pode extraer deste informe, o Centro de Competencias en Comercio Electrónico pode axustar as súas accións e servizos ás necesidades reais das empresas e da sociedade galega en xeral.

O Centro de Competencias en Comercio Electrónico é un organismo dependente da Secretaría Xeral de I+D da Xunta de Galicia e conta co apoio do Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA) e o Foro Si-Galicia.

### **O Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da USC, autor do e-Barómetro 2002**

O Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da Universidade de Santiago de Compostela é froito da propia maduración da Facultade de Ciencias Políticas e Sociais e está integrado, na súa parte estable, por profesores e bolseiros dos departamentos de Socioloxía e de Ciencia Política e da Administración. Eventualmente, incorpora profesores doutras áreas científicas ou profesionais alleos á propia Universidade para participar en proxectos específicos.

Os seus campos de traballo expandíronse nos últimos anos dende a administración e a política ata o turismo, o transporte ou o comercio electrónico.



Especializados no desenvolvemento de observatorios sociais, políticos e profesionais e na medición e implementación de sistemas de calidade nas organizacións, este equipo participa no proxecto europeo e-MINDER a través da observación do desenvolvemento do comercio-e en Galicia.

Ficha técnica do e-Barómetro 2002 Empresas:

**Ámbito:** Galicia

**Universo:** 10.000 principais empresas de Galicia (Ardán)

**Tipo de enquisa:** telefónica asistida por ordenador (C.A.T.I.)

**Tamaño da mostra:** 557 entrevistas

**Selección de entrevistas:** por cuotas de sector de actividade, tamaño de hábitat e número de empregados.

**Erro mostral:** marxe de confianza: 2 sigmas e  $p=que=50\%$ . Marxe de erro: 4,12% (conxunto da mostra).

**Datas de realización:** Do 22 ó 31 de xuño do 2002.



## e-Barómetro Empresas (I):

### **AS EMPRESAS GALEGAS E O COMERCIO ELECTRÓNICO**

*A evolución da PEME galega no tocante a Internet e o comercio electrónico experimentou un impulso nos dous últimos anos, se ben aínda queda un longo camiño por percorrer, segundo se desprende do e-BARÓMETRO sobre empresas desenvolvido polo Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da USC.*

No período comprendido entre o ano 2000 e o 2002, Galicia amosou un crecemento considerable no tocante ó emprego de Internet e o comercio electrónico nas PEMES (pequenas e medianas empresas) galegas. Os indicadores do Informe do Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da USC así o amosan.

O aumento de ordenadores persoais nas empresas rexistrou un lixeiro incremento do 94,8% ó 95,6%, que contrasta co forte crecemento de trece puntos (do 69,9% ata o 82,9%) nas empresas que teñen acceso a Internet. Neste eido, o despegue do ADSL e do cable en Galicia foi espectacular (incrementouse nun 22,5%), superando as conexións por módem. A calidade e o ancho de banda do ADSL e o cable, xunto coa tarifa plana, foron argumentos suficientes para que moitas PEMEs elixan este tipo de conexión, en detrimento do módem.

Segundo se desprende do estudio, as empresas que teñen presenza en Internet e que dispoñen de páxina web seguen a medrar de xeito importante e similar ó das que se conectan a Rede. De feito, o 36,9% das PEMEs teñen agora sitio web propio, polo 24,5% que o tiñan hai dous anos. Sen embargo, estes datos de crecemento estáncanse á hora de falar de empresas que empregan Internet para facer negocio. Neste senso, das empresas entrevistadas, só unha pequena porcentaxe, o 8,4% (frente o 6,2% do ano 2000), fan B2C, o que deixa ás claras o longo camiño que ten por diante Galicia neste eido.

A continuación desglosamos algúns dos datos obtidos no tocante ó comercio electrónico en Galicia.

	<b>Galicia 2000</b>	<b>Galicia 2002</b>
Penetración de Pcs	94,8%	95,6%
Acceso a Internet	69,9%	82,9%
Empresas con páxina web	24,5%	36,9%
Empresas que realizan B2C	6,2%	8,4%
Empresas que realizan B2B	Non dispoñible	6,4%
Empresas que realizan comercio electrónico	Non dispoñible	12,0%

#### **O B2C, obxectivo do 8,4% das empresas galegas**

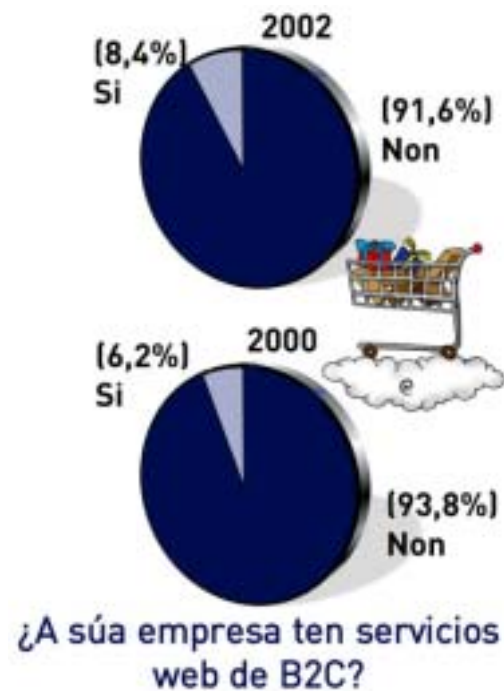
Segundo o e-Barómetro, actualmente o 6,2 por cento do total das empresas galegas prestan un servizo de comercio electrónico dirixido ó consumidor tradicional, o que coñecemos como B2C ("Business to Consumer"). Respecto ó ano 2000, esta cifra incrementouse nun 2,2%.

Ademais, o comercio electrónico comeza a ter peso nas previsións de vendas das empresas. Neste senso, cómpre salientar que o 34% das empresas que fan B2C cren que as vendas a



través de Internet representarán entre o 1% e o 2% do total. Pola súa banda, o 12,8% das empresas que fan B2C estiman entre un 5% e un 10% as súas vendas on line para o ano próximo.

¿A súa empresa ten servicios de B2C?		
	Galicia 2000	Galicia2002
Si	6,2%	8,4%
Non	93,8%	91,6%

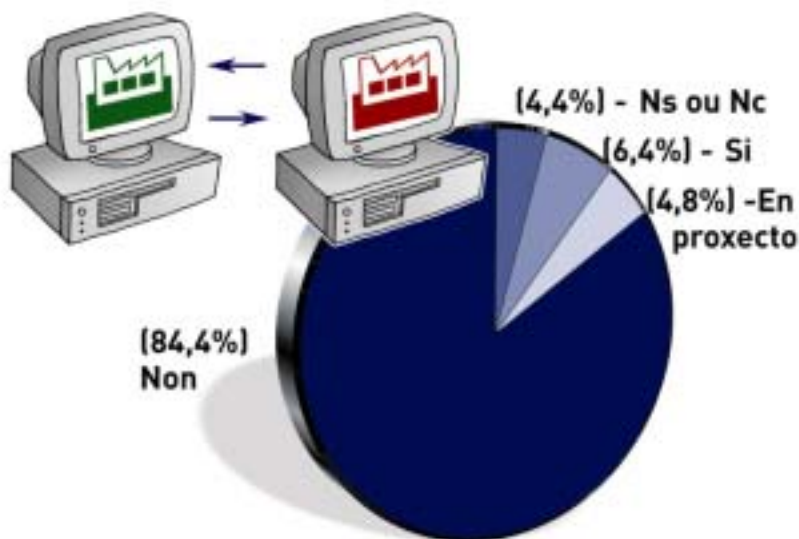


### O negocio entre empresas (B2B) por Internet: un terreo por explotar

A pesar das boas perspectivas de negocio que ten o comercio electrónico entre empresas (coñecido como B2B ou "Business to Business"), só o 6,4% do total de PEME's galegas aproveitan esta canle para realizar negocios con outras empresas a través da Rede.

Ademais, o 4,8% das empresas galegas teñen como proxecto desenvolver un servizo de B2B ou incorporarse a proxectos de este tipo, pero a meirande parte das nosas empresas (84%) non ten pensado incorporarse a este tipo de negocio. As vantaxes do B2B semellan ser aínda un terreo por descubrir para moitas PEME's da nosa comunidade.

¿A súa empresa ten servizo B2B ou pensa incorporarse nos próximos 6 meses a proxectos deste tipo?	
Non	84,4%
Ns/Nc	4,4%
Si	6,4%
En proxecto	4,8%



¿A súa empresa ten servicio B2B ou pensa incorporarse nos próximos 6 meses a proxectos deste tipo?

### As empresas beneficianse do comercio-e: aumento de clientes e mellora da imaxe corporativa

Os principais beneficios que proporciona o comercio electrónico a unha empresa son, para as empresas galegas, a mellora da imaxe corporativa e o aumento da carteira de clientes. Curiosamente, a redución de custos non é percibida como unha das grandes vantaxes do comercio electrónico.

Á hora de falar dos beneficios do comercio electrónico e Internet cómpre facer unha distinción segundo o tipo de empresa que emprega esta canle: empresas provedoras ou empresas clientes. Para as empresas que venden os seus produtos por Internet ("provedores"), os beneficios desta canle céntranse sobre todo na mellora da imaxe (61,1%) e no aumento de clientes (56,4%).

Beneficios do comercio-e para empresas provedoras	
Extender o negocio a mercados internacionais	35,4%
Redución xeral dos custos	43,2%
Evitar o custo engadido dos intermediarios	44,2%
Acceder a unha maior gama de produtos	45,3%
Ampliar clientes potenciais	56,4%
Mellora da imaxe da empresa	61,1%



Pola súa banda, para as empresas que mercan a través da Rede ("clientes"), ademais cobra importancia a posibilidade de acceder a un maior número de provedores (39,7%) e de productos (39,7%). A reduccion de custos é percibida como un beneficio común polas empresas dlientes (34,3%) e os provedores (43,2%), aínda que neste último caso ocupa o sétimo posto por importancia na lista de vantaxes.

Beneficios de comercio-e para empresas "clientes"	
Extender o negocio a mercados internacionais	28,1%
Reduccion xeral de custos	34,3%
Evitar o custo engadido dos intermediarios	27,1%
Acceder a unha maior gama de productos	39,7%
Ampliar o número de provedores	39,7%
Mellora da imaxe da empresa	49,9%





### A falla de confianza, a principal barreira para provedores e clientes

O comercio electrónico na nosa comunidade amosa de xeito claro a falla de confianza como principal barreira para empregar esta canle de negocio. Os provedores non confían nos clientes á hora de completar as transaccións e os clientes non confían no provedor para mercar os produtos a través da Rede.

Ademais, a falla de confianza na seguridade das transaccións electrónicas e na calidade dos produtos condicionan o comportamento de empresas provedoras e clientes. Outras barreiras como a ausencia de lexislación (un oco agora cuberto pola recén aprobada LSSI) e a complexidade da operación tamén botan para atrás ós participantes. En cambio, a loxística non semella ser un elemento de preocupación para os actores do comercio electrónico en Galicia.

Barreiras percibidas do comercio-e	
Ausencia de estrutura loxística para entrega do produto	12,4%
Demasiado complicado para provedores e clientes	14,8%
O cliente non ten claro que é o que merca e canto custa	31,5%
Ausencia de lexislación en transaccións electrónicas	39,0%
Incertidume na calidade dos produtos	46,5%
As transaccións non son seguras	51,3%

