



Estudi sobre el Comerç Electrònic a Catalunya

ESTUDI SOBRE EL COMERÇ ELECTRÒNIC A CATALUNYA

Grup de Comerç Electrònic
de Andersen Consulting

“Estudi sobre el Comerç Electrònic a Catalunya”
<http://www.gencat.es/csi>

Lluís Jofre i Roca
Director del Pla Estratègic

Autor
Andersen Consulting · Barcelona

Direcció i Coordinació
Montserrat Meya i Llopart

© Comissionat per a la Societat de la Informació

Primera edició: 1000 exemplars, maig de 1999
Dipòsit Legal: ??????

Disseny Gràfic i Compaginació: *ARCO diseño gráfico avanzado*

Impressió:

Introducció als estudis de la SI

La col·lecció **QUADERNS de la Societat de la Informació** és una sèrie de volums de difusió que el Comissionat per a la Societat de la Informació publicarà per tal de secundar a les iniciatives que **Catalunya en Xarxa** desplega. Aquesta col·lecció cobrirà diferents aspectes informacionals, com són ara les estadístiques rellevants per a la Societat de la Informació (SI), els estudis socioeconòmics, la prospectiva sobre l'impacte social de l'inici del mil·lenni, així com també estudis que presentin propostes tecnològiques avançades o amb implicacions en l'àmbit de l'educació o en el terreny organitzatiu.

Per tal d'orientar la implantació del Pla Estratègic, Catalunya en Xarxa, hem considerat necessari disposar d'estudis diversos que tant ens aportin informació genèrica i de recerca, és a dir una perspectiva qualitativa, com informació més concreta, sectorial i aplicada, és a dir, una orientació quantitativa.

Aquest quadern que presentem avui ens dona una perspectiva quantitativa de la situació actual del **comerç electrònic** i de la seva possible evolució tant a nivell mundial com a nivell de Catalunya. S'hi analitzen aquells sectors que tenen una facturació mínima del 3% del volum total català. En el present volum s'estudia la capacitat de desenvolupar el comerç electrònic que tenen aquests sectors, els quals representen en conjunt el 70% de la facturació total, així com també les seves possibles repercussions.

La voluntat del Comissionat per a la Societat de la Informació, en publicar aquests quaderns, és posar a l'abast de tothom una eina informativa que conformi una biblioteca bàsica de la Societat de la Informació a Catalunya i que permeti, així, fer front a aquest nou repte.

Miquel Puig i Raposo

01 Introducció 07

02 Visió general

- 02.1 Comerç Electrònic: Nou model de Negoci 11
- 02.2 Conceptes del Comerç Electrònic 11
- 02.3 La visió de Andersen Consulting 12
- 02.4 Models del Comerç Electrònic 14

03 El Comerç Electrònic a Europa

- 03.1 Indicadors 20
- 03.2 Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor 21
- 03.3 Business-to-Business: Negoci entre Empreses 28
- 03.4 Barreres del Comerç Electrònic 37
- 03.5 Conclusions 38

04 Macrotendències del Comerç Electrònic

- 04.1 Factors d'influència 40
- 04.2 Evolució del Comerç Electrònic 42
- 04.3 Evolució Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor 42
- 04.4 Evolució Business-to-Business: Negoci entre Empreses 45

05 Impacte del Comerç Electrònic a Catalunya

- 05.1 Sectorització del teixit empresarial català 48
- 05.2 Caracterització dels sectors 48

06 Experiència mundial

- 06.1 Experiència en Comerç electrònic 58
- 06.2 Experiència per Sectors 59

07 Conclusions

- 07.1 Visió general 62
- 07.2 El Comerç Electrònic a Europa 64
- 07.3 Macrotendències del Comerç Electrònic 70
- 07.4 Impacte del Comerç Electrònic a Catalunya 73
- 07.5 Aspectes claus 78

08 Recomanacions 79

01

Introducció

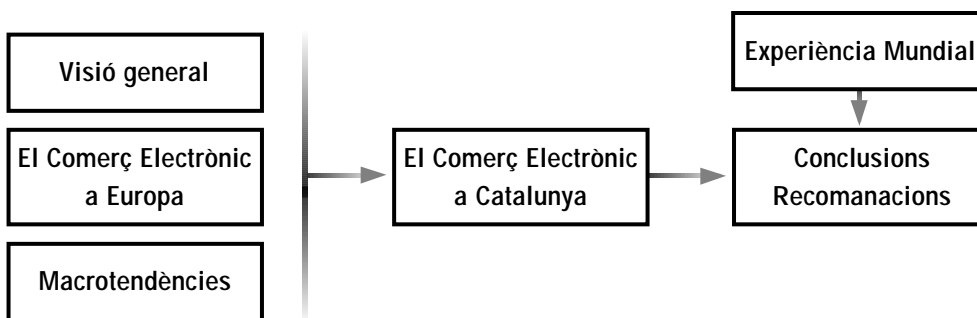
Amb l'aparició del Comerç Electrònic les tecnologies de la informació estan experimentant una evolució que repercutirà en la societat en general i, principalment, en el món empresarial. Aquest fet implicarà una evolució tant del concepte actual del mercat com del procés de negoci i crearà l'oportunitat d'obrir nous mercats, optimitzar els recursos, reduir costos, etc.

El present document pretén realitzar una anàlisi de les perspectives del Comerç Electrònic a Catalunya en l'àmbit empresarial, a partir de la relació entre empreses o entre empresa i consumidor final en els diferents sectors.

En els sectors més rellevants s'analiza l'impacte que pot tenir el desenvolupament i la potenciació del Comerç Electrònic dins del teixit empresarial català.

De la mateixa manera, també són objecte d'estudi els sectors que probablement no evolucionin en aquest sentit i les amenaces que això els pot comportar.

El present document s'ha estructurat en els següents capítols



Visió general del Comerç Electrònic

Objectiu:

- Exposar la visió del Comerç Electrònic des del punt de vista d'Andersen Consulting
- Definir el Comerç Electrònic segons dos models:
 - Empresa - Consumidor: Comerç amb el Consumidor (Business-to-Consumer, B2C)
 - Empresa - Empresa: Negoci entre Empreses (Business-to-Business, B2B)

Contingut:

- Conceptes referents al Comerç Electrònic
- Descripció de les quatre formes del valor del Comerç Electrònic:
 - Nous Productes i Serveis
 - Nous Mercats
 - Millors Processos de Negoci
 - Nous models d'empresa
- Breu descripció dels models de Comerç Electrònic:
 - Descripció
 - Funcionament
 - Model Operatiu

El Comerç Electrònic a Europa

Objectiu:

- Obtenir una visió del Comerç Electrònic a Europa (Espanya):
 - Estat actual
 - Objectius del Comerç Electrònic
 - Barreres actuals per al seu desenvolupament

Contingut:

- Identificar els indicadors que serviran per a determinar l'estat actual i per a poder fer un seguiment de la seva evolució (nombre d'usuaris a Internet, objectius de la Web, consum, penetració del PC, etc.).
- Estadístiques publicades sobre la situació actual i evolució dels diferents indicadors.
- Descripció de les barreres actuals detectades a Europa i a Espanya (tarifes, accessibilitat, etc.).

Macrotendències del Comerç Electrònic

Objectiu:

- Identificar quina serà l'evolució i les tendències del Comerç Electrònic.

Contingut:

- Descripció dels factors que influeixen sobre l'evolució del Comerç Electrònic (tarifes, noves tecnologies, EDI, etc.).
- Evolució dels models de Comerç Electrònic.
- Priorització dels Productes i Serveis per als dos models.

El Comerç Electrònic a Catalunya

Objectiu:

- Analitzar l'impacte del Comerç Electrònic en el teixit empresarial català.
- Visió estratègica per a definir els aspectes clau.

Contingut:

- Prioritzar els sectors de Catalunya per tal de conèixer els que tenen més pes sobre el PIB català. Evolució dels models de Comerç Electrònic.
- Caracterització dels diferents sectors segons els models de Comerç Electrònic en funció dels criteris següents:
 - Nivell d'adaptació del procés de negoci
 - Tipus de producte
 - etc.
- Analitzar la potencialitat dels sectors per a desenvolupar Comerç Electrònic en cada model.
- Impacte del Comerç Electrònic en els sectors més importants:
 - Impacte del desenvolupament del Comerç Electrònic en un sector determinat del teixit empresarial català.
 - Amenaces del comerç-e sobre un sector català determinat que no desenvolupi el comerç-e.
- Descripció dels aspectes clau per a cada model de Comerç Electrònic.

Experiència Mundial

Objectiu:

- Aprofitar l'experiència dels projectes d'Andersen Consulting en els diferents sectors a nivell mundial.

Contingut:

- Iniciatives que encoratgen el desenvolupament del Comerç Electrònic.
- Exposició de casos pràctics en els sectors més importants que poden ser d'utilitat per a Catalunya.

Conclusions i Recomanacions

Objectiu:

- Resumir aquells aspectes més importants referents a l'impacte del Comerç Electrònic a Catalunya.
- Establir unes possibles recomanacions per a aquells sectors més rellevants.