

e-negociogalicia

Número 00 | Ano 2002 | Revista de Comercio Electrónico

www.e-negociogalicia.com



Centro de Competencias en
Comercio Electrónico





Editorial

O Plan Galego de Investigación, Desenvolvemento e Innovación Tecnolóxica atende ás necesidades de Galicia



Miguel A. Ríos
Secretario Xeral de I+D

Os vectores que definen as liñas fundamentais do Plan Galego de Investigación, Desenvolvemento e Innovación Tecnolóxica 2002-2005 (PGIDIT) responden en boa medida ás carencias detectadas no sistema Ciencia-Tecnoloxía-Empresa de Galicia, entre as que destaca o baixo nivel de investimento das pequenas e medianas empresas (PEMES) en investigación, desenvolvemento e innovación. O PGIDIT atende con preferencia ós problemas específicos de Galicia sen perder de vista as esixencias impostas polo proceso de globalización que estamos a vivir e a posta pola plena incorporación de Galicia á economía do coñecemento. As PEMES conforman a meirande parte do noso tecido empresarial e supoñen o maior axente xerador de emprego e riqueza en Galicia, e por isto son obxectivo estratéxico das nosas políticas de converxencia co resto da Unión Europea no tocante á renda per capita e indicadores de benestar social. Neste marco, a Secretaría Xeral de I+D impulsou a creación en Galicia do Centro de Competencias en Comercio Electrónico co obxectivo de axudar ás pequenas e medianas empresas a tirar proveito das oportunidades que lles brindan as novas tecnoloxías para optimizar os seus procesos de negocio e maximizar os seus beneficios. O Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia nace co apoio decidido do Goberno Galego e da Unión Europea, que aporta financiación para a súa posta en marcha a través do Proxecto e-MINDER. Ó Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA) encomendóuselle a xestión deste Centro pola súa experiencia demostrada en proxectos de transferencia e implantación de novas tecnoloxías en institucións e empresas.

Galicia necesita xuntar esforzos para acelerar a implantación das novas tecnoloxías nos procesos de negocio das súas PEMES



Javier García Tobío
Director CESGA

Polas súas especiais características, situación económica, xeográfica e cultural, Galicia precisa do aproveitamento das novas tecnoloxías, das que deberá tirar o máximo partido e atopar un aliado axeitado para acadar unha evolución económica máis rápida. A Secretaría Xeral de I+D, xunto co Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA) deseñaron e promoveron a Rede de Centros de Competencias de Comercio Electrónico, que foi presentada e aprobada pola Unión Europea mediante o proxecto e-MINDER. Así naceu o Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia, unha entidade con carácter de servizo tanto para o tecido empresarial galego como para a nosa sociedade en xeral. Galicia necesita xuntar esforzos para acelerar a implantación das novas tecnoloxías nos procesos de negocio das súas PEMES, sendo este o obxectivo que o Centro de Competencias en Comercio Electrónico ten como meta.

Sumario

Mensaxe do Secretario Xeral de I+D • 2

Mensaxe do Director do CESGA • 2

Proxecto europeo e-MINDER • 3

Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia • 4

Observatorio de Comercio Electrónico • 5

A aposta do Centro pola formación • 6

A área de soporte e de promoción • 7

O Foro si-Galicia • 8-9

¿Que é o comercio electrónico? • 10-11

O futuro do negocio electrónico en Galicia • 12

Subscripción

Os interesados en recibir e-Negociogalicia poden enviar un correo electrónico cos datos persoais e da súa empresa a:

revista@e-negociogalicia.com

e-Negocio Galicia Centro de Competencias en Comercio Electrónico
S.A. Xestión Centro de Supercomputación de Galicia - Sociedade participada pola Xunta de Galicia e o Consejo Superior de Investigaciones Científicas

Dirección: Javier García Tobío

Consello de Redacción: Fernando Bouzas, Andrés Gómez Tato, María José Rodríguez e Ramón Basanta

Coordinación: Sergio Pazos González • **Redacción:** Olalla Cociña, Ana B. Triñanes, Juan Valladares

Personal colaborador do Centro de Competencias: Carmen Coteló (programación), Ignacio Javier Gómez Rodríguez (programación), Diego Nieto (análise).

Deseño e maquetación: Javier Gundín • **Proceso Editorial:** Macrom • **Depósito Legal:** C- 453 - 2002 • ISSN: 1579 - 2145

Edita: CESGA • Avda. Vigo sn (Campus Sur) Santiago Compostela • A Coruña • España

Tlf: 981 569810 • Fax: 981 594616 • Correo Electrónico: revista@e-negociogalicia.com • Web: www.e-negociogalicia.com

Proxecto e-MINDER:

A aposta da UE polo desenvolvemento do e-business nas rexións periféricas



Galicia, Pomerania (Polonia) e Chipre son as tres rexións participantes no proxecto e-MINDER. Esta iniciativa ten como obxectivo principal o fomento e a axuda ó desenvolvemento do comercio electrónico e das novas tecnoloxías nas rexións periféricas e menos desenvolvidas de Europa, que arrinca coa creación dunha Rede Europea Rexional de Centros de Competencias.

O proxecto europeo e-MINDER nace coa intención de achegar ás PEMES (pequenas e medianas empresas) os novos saberes tecnolóxicos que demanda a chamada "Sociedade da Información", sobre todo no que respecta ós procesos de comercio electrónico.

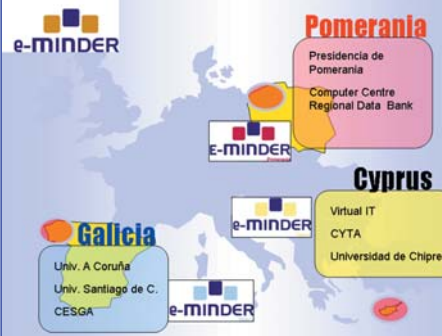
As tres rexións participantes no proxecto, Galicia, Pomerania (Polonia) e Chipre, teñen características comúns: un nivel pouco desenvolvido en canto ó uso e aplicación das TIC (Tecnoloxías da Información e das Comunicacións), as PEMES como modelo de empresa predominante e unha localización xeográfica periférica. Con estas premisas, a principal misión do proxecto e-MINDER é detectar as necesidades reais destas rexións dende un punto de vista tecnolóxico, pero tamén social e económico, para activar iniciativas de comercio electrónico e así diminuír as desigualdades entre as rexións máis e menos desenvolvidas de Europa no tocante ó uso das TIC.

Os obxectivos globais que persegue o proxecto e-MINDER son:

- Apoiar a introducción das PEMES nos procesos de negocio electrónico establecendo centros de competencias en comercio electrónico en cada rexión participante.
- Ofrecer coñecemento útil e obxectivo sobre novas tecnoloxías ás PEMES, de xeito que poidan integralo nos seus procesos de negocio.
- Difundir as actividades dos centros e sincronizalos con outros centros que obtiveron resultados positivos.
- Ó remate do proxecto, os centros elaborarán un manual de referencia cos pasos que seguiron e os resultados acadados, coa intención de que sirva para a creación dunha Rede de Centros de Competencias noutras rexións de Europa.

O proxecto e-MINDER conta cun presuposto de 4.345.318 euros, dos cales 1.670.814 van destinados á comunidade galega.

Ficha técnica



Período:

Setembro 2001
Setembro 2003.

Proxecto:

Information Society Technologies.
V programa marco da Unión Europea.

Orzamento:

4.345.318 euros.
Investimento en Galicia:
1.670.814 euros.

Participantes:

Coordinador
SchlumbergerSema
(España)

Galicia

CESGA
Universidade de Santiago de Compostela (USC)
Universidade de A Coruña (UDC)

Pomerania (Polonia)

Presidencia da Pomerania
Computer Center Regional
Data Bank

Chipre

Virtual.IT
Cyprus Telecommunication
Authority (CYTA)
UCY (University of Cyprus)



Nace o Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia



Fomentar, apoiar e axudar ás PEMES galegas na posta en marcha de procesos de negocio electrónico é o obxectivo principal do Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia, unha iniciativa que conta co apoio da Secretaría Xeral de I+D e está xestionada polo CESGA (Centro de Supercomputación de Galicia).

O Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia é a aplicación práctica na nosa comunidade do proxecto europeo e-MINDER, que ten como obxectivo en Europa a creación dunha Rede de Centros de Competencias en Comercio Electrónico.

Este proxecto está xestionado polo CESGA (Centro de Supercomputación de Galicia), conta coa participación da Universidade da Coruña e a Universidade de Santiago e ten o respaldo da Secretaría Xeral de I+D da Xunta de Galicia e do Foro si-Galicia. A súa intención é impulsar e asesorar ás PEMES galegas na integración das novas tecnoloxías e a utilización de procesos de comercio electrónico.

O nivel de emprego e aproveitamento das novas tecnoloxías e o comercio electrónico na nosa comunidade está aínda lonxe do desexable, polo que cómpre desenvolver accións concretas de asesoramento, formación e sensibilización ás PEMES e á sociedade galega en xeral.

Neste senso vai incidir o Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia:

- Achegando a través dun **Observatorio** estudos e análises e facendo un diagnóstico da situación de Galicia no tocante á implantación e ó emprego das TIC. A Universidade de Santiago de Compostela participa co Centro nesta área de traballo.

- Impartindo cursos de **formación** e conferencias dirixidos ás PEMES, que se realizarán nas principais cidades galegas coa colaboración da Universidade da Coruña.

- Sensibilizando e facilitando **información** de valor no campo das novas tecnoloxías e o comercio-e ás PEMES, a través da revista "e-Negocio Galicia" e da páxina web www.e-negociogalicia.com.

- Asesorando ás PEMES que decidan adoptar procesos de comercio-e, a través da área de **soporte**. Este servizo achegará información de calidade ás empresas que o demanden, poñendo en contacto estas iniciativas con provedores destes servizos.

En definitiva, o Centro de Competencias en Comercio Electrónico vén cumprir o compromiso da Secretaría Xeral de I+D con Galicia na implantación e aproveitamento das novas tecnoloxías e o comercio electrónico na nosa comunidade, a través de accións innovadoras.





Observatorio

A brúxula das TIC e do comercio electrónico galego

Para traballar sobre datos reais e axustar os seus servizos ás demandas das PEMES, o Centro de Competencias puxo en marcha o Observatorio de Comercio Electrónico de Galicia, co que poderá realizar unha diagnose da realidade galega neste eido. Os estudos e análises deste observatorio orientáanse ó fomento e asesoramento en temas de comercio electrónico ás PEMES galegas. Tendo isto en conta, ¿que beneficios aporta o Observatorio de Comercio Electrónico á pequena e mediana empresa galega?

A USC, responsable do estudo estatístico

No proxecto participa o Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da Universidade de Santiago de Compostela (USC), que realizará as enquisas precisas para chegar a un coñecemento fiable no referido á implantación das novas tecnoloxías e ás dinámicas de comercio electrónico na nosa comunidade.

A partir destas enquisas elaboradas pola USC e analizadas polo Observatorio, o Centro de Competencias poderá axustar as súas accións ás necesidades das PEMES galegas, tanto no referido a avances técnicos, como á formación e soporte de novas iniciativas.

Para achegármonos ó que é o Observatorio de Comercio Electrónico de Galicia podemos partir da idea dun “outeiro” ou posto de observación, un ollo pendente de tódolos movementos, novidades e tendencias no que a novas tecnoloxías e comercio electrónico se refire.

Poderíamos engadir a esta idea de “outeiro” o concepto de brúxula, no senso de que este observatorio xerará información útil e estratéxica. Logo, con estes informes estatísticos na man, o Centro de Competencias poderá axudar mellor a comprender e desenvolverse de xeito eficaz nun contexto cambiante de innovación tecnolóxica tanto ás PEMES galegas, como ó resto de empresas e institucións que participan directa ou indirectamente no contorno económico.

O Observatorio do Centro de Competencias

analizará as condicións nas que se atopa a pequena e mediana empresa galega e a situación xeral do mercado para afrontar iniciativas de negocio electrónico. Trátase de coñecer a situación do mercado en materia de novas tecnoloxías, pero tamén as infraestruturas que a empresa precisa incorporar á súa dinámica laboral, así como a incidencia da Internet en Galicia, tanto entre empresas como entre consumidores.

Para levar a cabo todo este traballo, o Observatorio de Comercio Electrónico manterá unha estreita colaboración cos outros observatorios tecnolóxicos existentes en Galicia: o Observatorio TIC, o Observatorio Urbano do Eixo Atlántico, o Observatorio Sensitic e o do Instituto Galego de Estatística. Con esta comunicación fluída entre observatorios evítanse solapamentos e poderánse crear sinerxias.

Observatorio TIC



www.observatoriotic.org

O observatorio TIC ten como promotores á Xunta de Galicia e a Fundación para o Fomento da Calidade Industrial e o Desenvolvemento Tecnolóxico de Galicia. Entre as súas funcións destaca a avaliación da implantación das TIC nas empresas galegas e a realización de estudos comparativos de empresa e de mercado (Benchmarking).

Observatorio Urbano Eixo Atlántico



www.ouea.com

O Observatorio Urbano do Eixo Atlántico (OUEA), baixo a iniciativa europea RISI II, constitúe un espazo virtual para Galicia e o Norte de Portugal. A súa finalidade orientáse á xeración de empregos asociados ás novas tecnoloxías.

Sensitic



www.sensitic.org

O observatorio Sensitic xurdiu a partir do interese da UE porque tódalas rexións comunitarias participasen da Sociedade da Información. Este Observatorio forma parte do proxecto Sensibilización ás Tecnoloxías da Información e da Comunicación.

I.G.E



www.xunta.es/auto/ige

O Instituto Galego de Estatística elabora, publica e analiza os estudos estatísticos referentes a cuestións relacionadas coas condicións económicas, sociais e demográficas da nosa comunidade. O I.G.E. é un organismo autónomo dependente da Xunta de Galicia.



Cursos e conferencias

A aposta pola formación do empresariado galego nas TIC

O crecemento do sector empresarial na nosa comunidade e as novas iniciativas de negocio electrónico para competir no mercado internacional pasa pola actualización dos coñecementos dos empresarios. O Centro de Competencias adquire o compromiso de axudar á formación das PEMES ofrecendo cursos e conferencias sobre Internet, comercio electrónico e novas tecnoloxías.

O contexto socioeconómico no que nos atopamos esixe unha actualización dos saberes e as estruturas organizativas das empresas no que respecta ó sistema clásico de negocio e ás novas tecnoloxías. As perspectivas de futuro e a vantaxe competitiva que aporta o comercio electrónico ás PEMES fan que, tanto os directivos como o resto de traballadores, demanden cada vez máis información e coñecementos precisos para encarar os novos tempos e tirar beneficio das oportunidades ofrecidas polas novas tecnoloxías.

O Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia, en colaboración coa Universidade da Coruña, ofrece ás PEMES a posibilidade de adquirir formación especializada cun programa de conferencias e cursos arredor das novas tecnoloxías e o comercio electrónico. Este programa está dirixido principalmente a empresarios e directivos.

Dunha banda, as conferencias presentarán os aspectos máis representativos do comercio electrónico e as estratexias de xestión para facer desta canle de negocio alternativa unha realidade viable para as empresas da nosa comunidade.

Por outra banda, os cursos dividiránse en dous tipos: un básico e outro avanzado. Neles desenvolveranse e explicaranse



A aportación da UDC

A Universidade da Coruña é a responsable da impartición e desenvolvemento dos cursos e conferencias, en colaboración co Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia. Os cursos de comercio electrónico terán dous niveis: básico e avanzado.

polo miúdo os contidos presentados nas conferencias e os instrumentos precisos para levar a cabo procesos de comercio electrónico.

O temario destes cursos, ademais de contidos básicos sobre o comercio electrónico B2B e B2C, inclúe aspectos como as técnicas de marketing en Internet, as ferramentas de seguridade e de pago, os custos, a loxística de distribución e os aspectos xurídicos, entre outros. Aparte das cuestións teóricas, que irán acompañadas do correspondente material didáctico, impartiranse exercicios prácticos coa axuda de cuestionarios, unha guía práctica de como montar un negocio en Internet, experiencias de empresas, debates e respostas ás dúbidas dos alumnos, etc.

Para facilitar a comprensión do alumno, os cursos están pensados dende un enfoque divulgativo, fuxindo de aproximacións técnicas para persoal especializado. Estes cursos serán de carácter gratuíto e contarán cunha asistencia de entre doce e vinte e catro alumnos por clase. As sete principais cidades galegas (A Coruña, Ferrol, Ourense, Vigo, Pontevedra, Lugo e Santiago de Compostela) acollerán a celebración dos cursos e conferencias.

Aqueles empresarios interesados en participar nestes cursos poderán obter no seu momento máis información na páxina web do Centro: www.e-negociogalicia.com.

Soporte e promoción

A vocación de servicio do Centro de Competencias

A vocación de servicio do Centro de Competencias en Comercio Electrónico impulsa as áreas de soporte e promoción. Asesorar ás empresas no tocante ó comercio electrónico e difundir contidos útiles e información estratéxica compoñen os obxectivos fundamentais destas dúas áreas.

O carácter emprendedor de Galicia tradúcese no alto número de PEMES que existen na nosa comunidade, moitas delas con inquiredanzas cara ás novas tecnoloxías e ó negocio electrónico. Sen embargo, estas inquiredanzas non sempre se converten en accións concretas debido ás barreiras que para unha PEME supón a adopción de procesos de negocio on-line.

Precisamente, para que estas iniciativas non caian en saco roto, o Centro de Competencias en Comercio Electrónico de Galicia pon en marcha a área de soporte ou "helpdesk".

Esta área de soporte nace con vocación de servicio ás PEMES, o que se traduce nunha iniciativa que

aportará asesoramento e información ás empresas galegas interesadas en aplicar as TIC ó seu proceso de negocio, xa sexa vendendo os seus produtos a través de Internet ou adquirindo mercadorías ós seus provedores mediante as redes interactivas.

Pero, ademais de aportar información, a área de soporte pretende poñer en contacto necesidades con solucións, é dicir, empresas e iniciativas de comercio electrónico con provedores destes servicios.

Este servicio de soporte terá a súa posta en escena cun teléfono de información para as consultas das PEMES sobre o emprego das TIC e a súa integración no sistema de negocio. Este servicio complementarase con accesos a través de Internet.

Sensibilización, un labor necesario



A xeneralización do emprego de Internet e a percepción das transaccións on-line como unha opción común axudarán ó desenvolvemento do comercio electrónico. Por iso cómpre desenvolver un labor de sensibilización e promoción das TIC e o negocio electrónico na nosa comunidade, dirixido tanto ás pequenas e medianas empresas como á sociedade en xeral. Para isto, o Centro, empregará fundamentalmente tres armas:

- A revista "**e-Negocio Galicia**", que con carácter mensual chegará a preto de sete mil empresas galegas.
- A páxina web **www.e-negociogalicia.com**, que reflectirá a través de Internet os contidos e a filosofía do Centro de Competencias.
- **Conferencias**, que se van celebrar nas sete principais cidades de Galicia.

O labor destas plataformas, ademais das conferencias programadas polo Centro, centrarase na difusión de contidos e coñecementos de utilidade para empresarios con inquiredanzas no campo das novas tecnoloxías, á vez que fomentará ideas e iniciativas relacionadas con Internet nas empresas da chamada "economía tradicional".

Foro si-Galicia: cara á Sociedade da Información

Os continuos avances nas tecnoloxías da información xunto á reestructuración dos intercambios comerciais e a implantación do Euro fan que o marco tradicional no que operan e compiten as empresas precise dun cambio radical. A incorporación da sociedade galega ós novos avances e a desconfianza por parte das empresas do uso de Internet como ferramenta estratéxica para ampliar os seus mercados deron pé á creación do Foro si-Galicia, que impulsará accións para fomentar a participación de Galicia na Sociedade da Información e a implantación do comercio electrónico.

A Xunta de Galicia, a través da Secretaría Xeral de I+D, deu paso ó Foro para a Extensión da Sociedade da Información e o Comercio Electrónico, máis coñecido como o Foro si-Galicia. En xullo de 2001 celebrouse a primeira sesión de traballo, que puxo en marcha os parámetros que agora guían as actividades do Foro.

MEMBROS

O Foro si-Galicia está composto por entidades públicas e privadas, así como pola Administración. Os membros do Foro inclúen á Xunta de Galicia, ás Universidades galegas, Caixa Galicia, Caixanova, o Consorcio da Zona Franca de Vigo, a Confederación de Empresarios de Galicia, as Cámaras de Comercio, a Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicacións de Galicia e as operadoras de comunicacións: Comunitel, Ignite, Jazztel, R, Retevisión, Telefónica, UNI2 e Vodafone. A intención coa que nace o Foro é a de coordinar as actuacións para a entrada plena de Galicia na Sociedade da Información e no comercio electrónico. Unha serie de coordenadas, detalladas nos propios estatutos do Foro, subxacen a este obxectivo xeral:

- Constituír un foro aberto que coordine e promova a entrada na Sociedade da Información e a

implantación do comercio electrónico en Galicia.

- Promover e proporcionar soporte ás iniciativas que aposten polo comercio electrónico na nosa comunidade.
- Fomentar un lugar común para compartir iniciativas e plans de actividades que programen accións naquelas áreas máis necesitadas.

Durante tres anos, o Foro apoiará e promoverá diversas iniciativas que beneficien a tódolos asinantes e non afecten á libre competencia.

ESTRUCTURA

A estrutura organizativa do Foro está composta por:

- A Comisión Plenaria, que ten como misión principal representar ó Foro e xestionar a admisión de novos membros.
- O Comité Executivo, que coordina os grupos de traballo e a execución das accións destes grupos de traballo.
- Os grupos de traballo establecidos son os seguintes:
 - a) Infraestructuras: analizarase e promoverase a implantación de infraestructuras que axilicen e

melloren as condicións técnico-económicas para a incorporación da Rede á dinámica social de Galicia.

b) Innovación e proxectos: propondrá accións concretas e proxectos innovadores en Galicia, así como a creación dun entorno propicio para que se desenvolvan estes proxectos.

c) Observación: as actividades de observación están encamiñadas a establecer a evolución da implantación e uso das TIC (Tecnoloxías da Información e da Comunicación) en Galicia, España e no resto de Europa. Ademais, atenderá á evolución das liñas tecnolóxicas máis significativas, así como ás leis, normas e estándares relacionados coa aplicación das TIC.

d) Sensibilización e Difusión: a súa tarefa é a de sensibilizar á sociedade en xeral e a sectores empresariais sobre a importancia de entrar na Sociedade da Información.

e) Educación e Formación: deseñará actividades para proporcionar á sociedade e ás empresas coñecementos útiles sobre a aplicación e o uso das TIC.



si-Galicia

Foro da **S**ociedade da **I**nformación en **G**alicia



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



UNIVERSIDADE DE VIGO

Cámara



CONSORCIO ZONA FRANCA DE VIGO



Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicación de Galicia

CAIXAGALICIA



caixanova



teléfono_internet_televisión

Telefonica

vodafone



comunitel

UNI2

JAZZTEL TELECOMUNICACIONES

igMite BT

si-Galicia

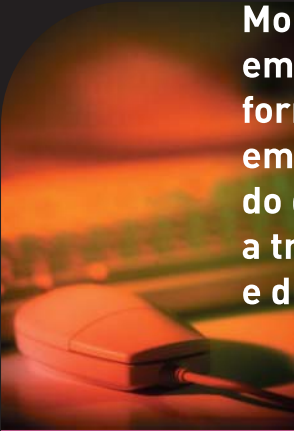
Foro da Sociedade da Información en Galicia

Galnix, o punto neutro de Internet

O Foro si-Galicia ten previsto a posta en funcionamento para este ano do GALNIX (Galician Neutral Internet Exchange Point), o Punto Neutro Galego de Intercambio en Internet, unha iniciativa que estará xestionada polo CESGA e instalada no seu propio edificio. Comunitel, Jazztel, R e Retevisión son as operadoras de telecomunicacións participantes na fase de arranque do proxecto. Así mesmo, intercambiarán os seus datos no Galnix a Autopista Galega da Información (AGI) e a Rede de Ciencia e Tecnoloxía de Galicia (RECETGA). O punto neutro consiste nunha infraestrutura de rede operada por unha única entidade, e que pretende facilitar o fluxo de información entre usuarios de diferentes operadoras. Deste xeito, auméntase a velocidade de conexión e mellórase o tráfico da información dos internautas galegos. En resumo, co punto neutro achegaranse os contidos ós usuarios e mellorarase cualitativamente o uso do caudal de transmisión de redes. En España existen dous puntos neutros operativos: o Espanix e o Catnix.



¿Que é o Comercio



Moitas veces, escoitamos o termo “comercio electrónico” empregado con diferentes acepcións e para referirse a diversas formas de negocio. Sen embargo, o termo non sempre está ben empregado. Disto trata a presente reportaxe: do que é e do que non é o comercio electrónico, a través dunha análise das súas características e dunha ollada ás vantaxes que aporta ós negocios empresariais.

O termo “comercio electrónico” é amplo e presenta varias definicións, máis ou menos técnicas, debido a que esta nova canle de venda evoluciona día a día. Pero, deixando de lado a parte técnica, pódese definir comercio electrónico como “calquera forma de transacción ou intercambio de información comercial baseada na transmisión de datos mediante redes de comunicación abertas, como Internet” (estudio de situación do comercio electrónico en España realizado para a Secretaría Xeral de Comunicacions do Ministerio de Fomento). Este concepto de comercio-e non inclúe só a compra e venda electrónica de bens, información ou servicios, senón tamén o uso de Internet para actividades anteriores ou posteriores á venda, como é a publicidade, a busca de información sobre produtos, a negociación entre o comprador e o vendedor, a atención ó cliente, a loxística, a colaboración entre empresas, etc. Pola súa banda, a OCDE (Organization for Co-operation and Development) define o comercio electrónico como “o proceso electrónico previo, a negociación, o funcionamento e o proceso posterior das transaccións de negocio entre os suxeitos comerciais”. Esta definición baséase en tres factores importantes, que xuntos axudan a distinguir o comercio electrónico doutras formas de transaccións comerciais: o factor tecnolóxico, o proceso e a participación.

Definicións de Comercio-e

1. “Comercio Electrónico é calquera forma de transacción ou intercambio de información comercial baseada na transmisión de datos mediante redes de comunicación abertas, como Internet” (Ministerio de Fomento - www.sgc.mfom.es).
2. “O Comercio Electrónico é o proceso electrónico previo, a negociación, o funcionamento e o proceso posterior das transaccións de negocio entre os suxeitos comerciais” (OCDE - www.ocde.org).

REQUISITOS

Cómpre sinalar que o comercio electrónico, entendido como mercado, non se limita ó concepto de compra e venda de produtos on-line, é dicir, ademais de clientes, unha empresa pode atopar na Rede compoñentes similares ós do mercado tradicional, como os participantes (empresas, provedores, intermediarios, tendas e consumidores), os produtos e os procesos (abastecemento, produción, marketing, distribución, consumo, etc.).

A diferenza básica entre o comercio electrónico e o tradicional é que estes compoñentes ou, cando menos, un deles, son dixitais, virtuais ou on-line, e provocan cambios dende a produción ó consumo, afectando ós procesos das empresas e da sociedade. Os efectos sobre os procesos son, se cadra, a clave da revolución que supón o comercio electrónico.

ELEMENTOS

Para falar de comercio electrónico, unha empresa debe contemplar os seguintes elementos:

- O produto.
- Unha solicitude electrónica.
- Un departamento de asistencia e soporte ó cliente e ó provedor.
- Garantía dos produtos.

NA PRÁCTICA

Imaxinemos que temos unha empresa que dispón dunha web con información das características, prezos, formas de pago, etc. dos seus produtos e, ademais, admite a través dun formulario a posibilidade de realizar pedidos vía e-mail. Por unha banda, é fácil ver que esta empresa está a facer “comercio”, xa que realiza transaccións con clientes e, por outra, utiliza medios “electrónicos” para facer transaccións. Daquela, podemos dicir que a empresa realiza comercio electrónico.

Electrónico?



Dúas formas distintas: B2B e B2C

No comercio electrónico participan como actores principais as empresas e os consumidores. Os tipos de comercio electrónico máis coñecidos son dous:

Entre empresas ou B2B (Business to Business):

Tipo de comercio electrónico no que as empresas implicadas se relacionan a través dun sistema informático, que proporciona os servicios necesarios para levar a cabo a transacción entre as partes implicadas.

Entre empresa e consumidor ou B2C (Business to Consumer):

Tipo de comercio electrónico que comprende tódalas relacións entre a empresa e o cliente final a través dun portal de Internet, que proporciona os medios necesarios para levar a cabo as relacións de información e venda, principalmente. Prevese que o B2C teña un crecemento rápido do seu volume de negocio nun futuro próximo.

PASOS

Sen embargo, este modelo básico de comercio-e non aproveita plenamente as vantaxes que lle ofrece o medio. Existen solucións tecnolóxicas sinxelas que permiten mellora-la eficiencia do proceso de xestión. Falamos, por exemplo, dunha operación xenérica que podería seguir os seguintes pasos:

1. Un cliente accede á web da empresa e introduce datos referentes ó seu pedido nunha aplicación avanzada de comercio electrónico.
2. A aplicación de xestión de pedidos conéctase coa base de datos do almacén para examinar o número de unidades de produto dispoñibles. Se non hai suficientes produtos, a aplicación xeraría un pedido electrónico que se incorporaría na aplicación de pedidos ó provedor (este paso dependerá da proceso que teña implantado a empresa).
3. Unha vez verificada a dispoñibilidade de existencias do produto, a aplicación xera un documento electrónico para as correspondentes accións contables e de facturación.
4. Iníciase o proceso de cobro a través da pasarela da entidade financeira que teña contratada.
5. Un novo documento electrónico con datos referentes á orixe e ó destino da mercadoría será producido para o correspondente transporte.

Incorporando estas novas ferramentas tecnolóxicas de xestión empresarial o proceso é menos custoso, máis rápido e hai menos probabilidade de errar. En definitiva, a empresa gaña en eficiencia e amplía a súa competitividade.

As vantaxes

A empresa que decide ofertar os seus produtos na Rede, ademais de ter un escaparate visible durante tódalas horas do ano, vese beneficiada por múltiples vantaxes:

- Redución de intermediarios.
- Aumento da eficacia das actividades e establecemento de formas dinámicas de cooperación con outras empresas.
- Axilización das operacións de negocio.
- Redución de barreiras de acceso ós mercados actuais, especialmente no caso das PEMES, e posibilidade de explotar novos mercados con milleiros de clientes potenciais.
- Rapidez de actualización da información de produtos e servicios da empresa (promocións, ofertas, etc.).
- Simplificación de inventarios.
- Proximidade ós clientes e maior interactividade e personalización da oferta.

Para o consumidor, a principal vantaxe é que amplía a súa capacidade de acceder ós produtos e comparar ofertas, permitíndolle tamén converterse en provedor de información.

O futuro do negocio na Rede

D ú a s p r e g u n t a s a n o a i r e :

1. ¿Considera que a consolidación de Internet como unha canle de venda será imprescindible para a maioría das empresas a medio ou longo prazo?

1. Internet xa é un elemento esencial para a competitividade das empresas, pois facilita a xestión en cada fase da súa cadea de valor: compras, produción, recursos humanos, marketing e venda. Internet é unha ferramenta de enorme potencial na relación cos clientes, na comunicación xeral co mercado e no peche das transaccións.

2. Aqueles sectores nos que as empresas teñan unha base forte de clientes ou provedores habituais e que poden axilizar de xeito extraordinario o proceso comercial a través do e-business; aqueles nos que as novas tecnoloxías supoñan unha maior aportación ó longo da súa cadea de valor, en especial viaxes, inmobiliarias, financeiras, formación, comunicación, etc. Destacaría tamén os sectores con plans de crecemento que poden utilizar o comercio-e como test de mercado antes de acometer grandes investimentos.



Marcelino L. Fernández

Subdirector de Banca Virtual. División de Canles Alternativas Caixa Galicia

1. Si. O aforro de tempo, as maiores posibilidades de localizar e comparar produtos ou a mellora da eficiencia nas relacións entre empresas son, entre outros, algúns factores que fan da Rede unha canle natural para o consumidor, polo que as empresas deberán estar aí.

2. As vantaxes de Internet e o comercio electrónico son significativas para as empresas galegas, calquera que sexa o seu sector ou tamaño. Galicia pode poñerse ó primeiro nivel en canto á tecnoloxía Internet, como o fixeron outras rexións periféricas (países escandinavos). O camiño máis curto dende a periferia a calquera outro punto do planeta é o camiño electrónico.



Antonio Fernández
Director División Empresas R

1. Si. As canles de distribución están cambiando rapidamente, da tenda tradicional ás grandes superficies, e de aí a Internet. Os sistemas de información interna e externa e os procesos de negocio estanse integrando a gran velocidade.

2. O sector servizos, cun alto grao de dixitalización. O paso de traballar cun ordenador a traballar en rede non require moito esforzo de aprendizaxe.



Ramón Nogueira
Xerente de Dinaweb

1. Semella mellor que as empresas galegas tiren proveito de Internet non só para vender, senón tamén para mercar. É máis doado gañar cartos aforrando nas compras que establecer unha nova canle de venda en Internet.

2. Actualmente, as vantaxes son para empresas que venden produtos ou servizos a outras empresas. Por outra banda, se o noso concepto de "comercio electrónico" é de novas canles de compravenda, as vantaxes son para a totalidade de empresas, á marxe do seu sector.



Antonio Llanos
Legazpi

2. ¿Cales son os sectores da economía galega que, ó seu xuízo, poden aproveitar mellor as vantaxes do comercio electrónico?

1. Para as empresas que queiran competir con produtos ou servizos cunha clientela con acceso á rede e potencialmente estendida por outras localidades ou países resultarallos difícilmente substituíble a súa presenza en Internet por outros métodos de venda. De todos xeitos, Internet terá máis importancia como ferramenta diaria de relación entre as empresas, e non só no momento da venda.

2. A incorporación no ciclo de negocio propio dunha empresa das capacidades dos provedores e dos clientes, a xestión do proceso loxístico, a resposta áxil ó mercado e a eficacia na xestión empresarial son os principais resultados da axeitada implantación do comercio electrónico na empresa. Con isto, os sectores que venzan as súas rigideces tradicionais serán os principais beneficiarios.



José Manuel González

Director Xeral de Programas Industriais e Infraestructuras Tecnolóxicas

1. Será imprescindible no sector B2B, non necesariamente no B2C. A sociedade galega está moi apegada ó comercio tradicional e isto non cambia só con alternativas. Para conseguilo é necesario incidir na formación e a confianza dos potenciais clientes.

2. Se nos referimos ó B2C, penso que aqueles que teñen unha maior demanda no exterior do noso país. Temos unha enorme variedade de produtos moi valorados, pero aínda pouco coñecidos fóra das nosas fronteiras, como a alimentación (viños, meles, queixos, conservas...), a ornamentación (xoias de acibeche, cerámicas...) ou o lecer (casas rurais). O uso da Rede acompañado dunha loxística axeitada pode dar un pulo a ditos sectores.



Senén Barro

Catedrático de Ciencias da Computación e Intelixencia Artificial (USC)

1. Os avances nas tecnoloxías da comunicación e a rapidez coa que esta circula fan que camiñemos cara a esta tendencia. Isto irá en detrimento da importancia da faceta humana e social da venda. Ás veces este tipo de canles adaptanse mellor cando se vende un produto que cando se trata dun servizo. O certo é que as vantaxes son importantes á hora do aforro de custos e rapidez de resposta.

2. O comercio polo miúdo (roupa, vestido, calzado, fogar...), a industria textil, o sector do automóbil, o sidero-metalúrxico, a madeira, etc...



José R. González López

Presidente da Asociación Empresarios Deza

1. Internet será unha canle complementaria para a venda a curto prazo, a longo prazo o mercado dirá. O que si cremos que será a curto prazo é unha ferramenta de optimización na xestión das empresas.

2. Non cabe dúbida de que os sectores que antes aproveitaron as vantaxes do comercio electrónico serán os máis modernizados no tocante ós sistemas informáticos, pero tamén pode pasar que sectores pouco modernizados atopen en Internet unha ferramenta de optimización de custes.



J.A. Martínez Novas
Xerente de TLR Soft