

04

Macrotendències del Comerç Electrònic

04.1 Factors d'influència

Diversos factors influencien les tendències i l'evolució del comerç electrònic.

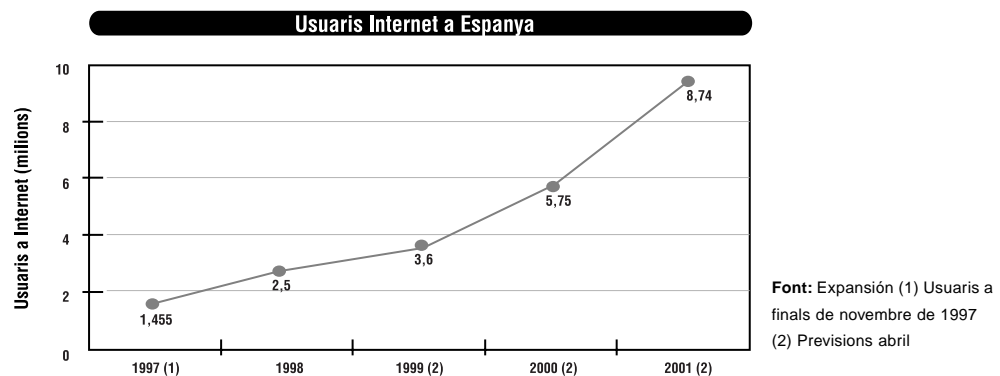
Tecnologia

El principal factor influent és el nombre d'usuaris connectats a la xarxa. La tendència d'aquest factor és d'un gran creixement a nivell mundial. L'abaratiment dels PC fa augmentar la seva penetració a les llars, així com la del mòdem. Aquest creixement també és conseqüència de les noves tecnologies:

- Terminals: - Web TV
 - Telèfon-Internet
 - Telèfon mòbil
 - etc.
- Tecnologies d'accés: - Tecnologies DSL
 - Cable
 - Telefonia mòbil
 - etc.

Liberalització de les Telecomunicacions

El creixement dels usuaris també està impulsat per la liberalització del mercat de les telecomunicacions, que comporta una disminució dels preus, un millor servei, etc.



Globalització

La globalització del mercat europeu i la unió monetària influeixen de manera positiva en l'evolució del Comerç Electrònic a Europa, ja que la legislació i l'economia europea seran més homogènies i facilitaran la relació entre els països d'Europa i la resta del món.

2000 euro

La forta inversió de les empreses realitzada abans de l'any 2000 pel canvi de mil.leni i l'adveniment de l'euro, provocarà una concentració d'inversió de les empreses per tal de desenvolupar el Comerç Electrònic després d'aquest any.

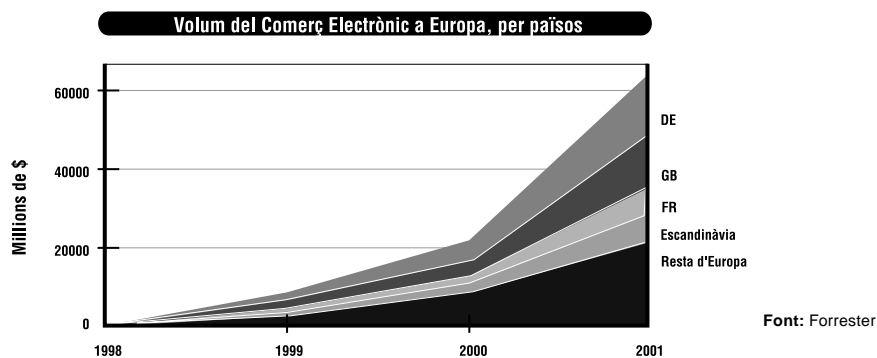
Regulació

Aparició d'entitats reguladores del Comerç Electrònic que administren aspectes com:

- Privacitat
- Diner electrònic
- Propietat intel·lectual
- Taxes
- Seguretat
- Signatures digitals
- Protecció del consumidor
- etc.

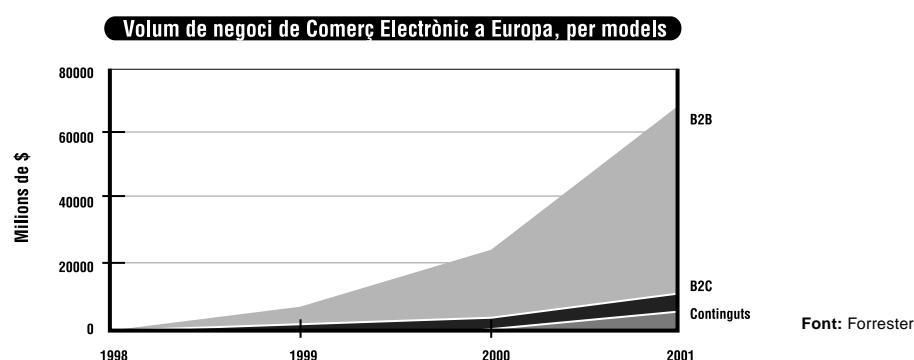
Iniciatives en tots els àmbits (mundials, nacionals, autonòmiques, etc.) que potencien l'ús d'Internet com a eina de treball i d'oci.

L'evolució del Comerç Electrònic té una clara tendència a créixer, en concret a Europa aquest creixement es veurà incrementat a partir de l'any 2000. Es preveu que Alemanya, el Regne Unit i França siguin els països europeus amb més volum de negoci, 16.090, 12.872 i 8.367 milions de \$ respectivament l'any 2001.



04.2 Evolució del Comerç Electrònic

En l'àmbit mundial, els dos models de Comerç Electrònic tenen un índex de creixement diferent. El Business-to-Business: Negoci entre empreses és superior i a curt termini el seu volum de negoci serà més del 80% del total; la resta es repartirà entre el negoci Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor i els continguts. A Europa aquesta evolució seguirà i el volum de negoci generat pel Comerç Electrònic es repartirà de la següent manera:

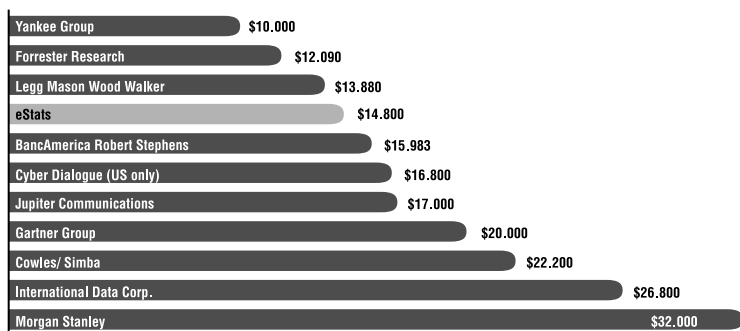


04.3 Evolució del Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor

Volum de negoci del Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor

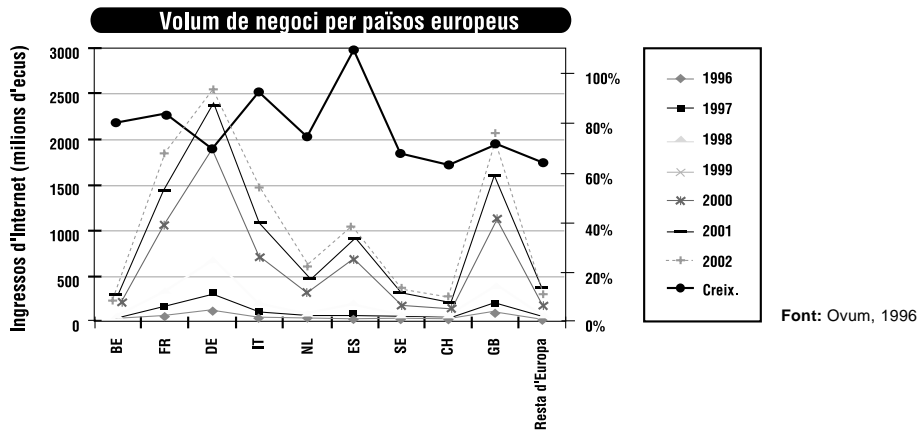
Les previsions del volum de negoci del Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor, a nivell mundial, varien molt segons les fonts. No obstant això s'estima que estigui entre 10.000 milions i 32.000 milions de \$ l'any 2000.

Comparació de fonts: Projecció d'ingressos per consum online pel 2000 (a nivell mundial)



Source: eStats, 1998

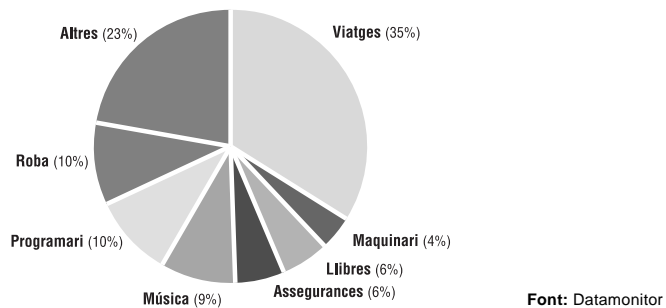
A Espanya es preveu l'índex de creixement del Comerç Electrònic de Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor més elevat d'Europa, segons l'evolució estimada per OVUM. En valors absoluts aquest creixement es preveu que arribi a més de 1.000 milions d'ecus l'any 2002, quasi un 10% del volum europeu.



Precisió per sectors

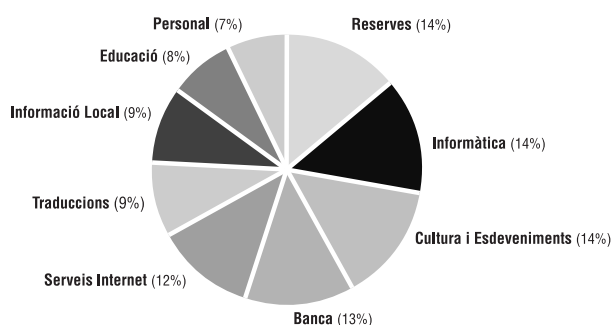
El sector que més desenvoluparà el Comerç Electrònic orientat a la venda de productes online a Europa és el sector turístic seguit pel sector informàtic, tèxtil i editorial.

Projecció de la venda de productes online l'any 2001



Els serveis que es preveu que tindran més demanda a Internet són les reserves turístiques, la informàtica i la cultura.

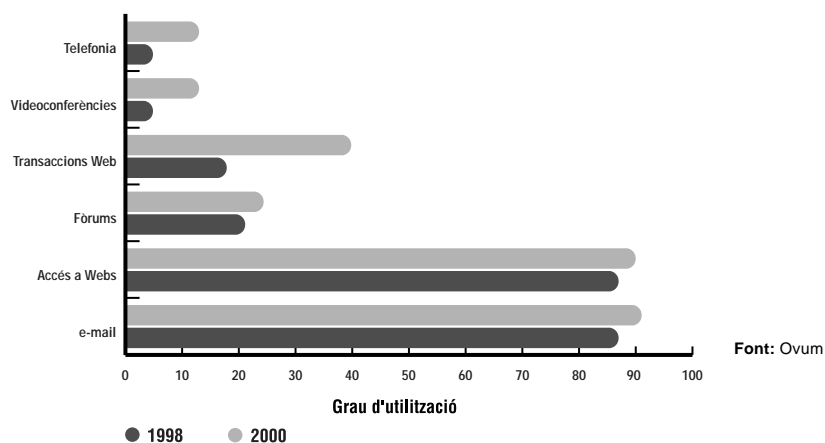
Projecció de la demanda de serveis online l'any 2001



Font: Andersen Consulting, 1997

Les principals aplicacions d'Internet que es fan servir actualment se seguiran utilitzant, però hi haurà un augment quant a les transaccions a través de les Webs, telefonia sobre IP i videoconferència. Aquesta evolució està condicionada pel tipus d'accés a Internet, que actualment es fa a través del PC, i es preveu que el 23% dels europeus acabin accedint a Internet utilitzant el cable, i que més del 16% utilitzi el terminal mòbil.

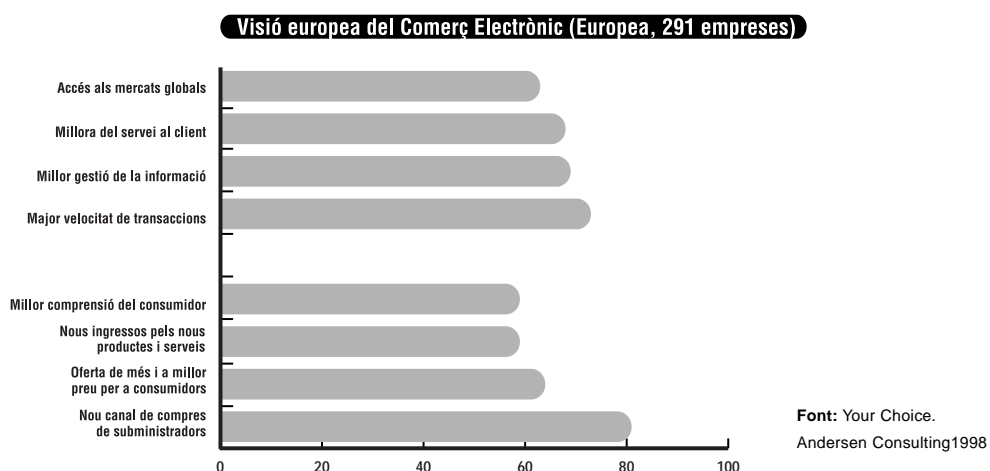
Utilització de les aplicacions Internet, Consumidors (Europa)



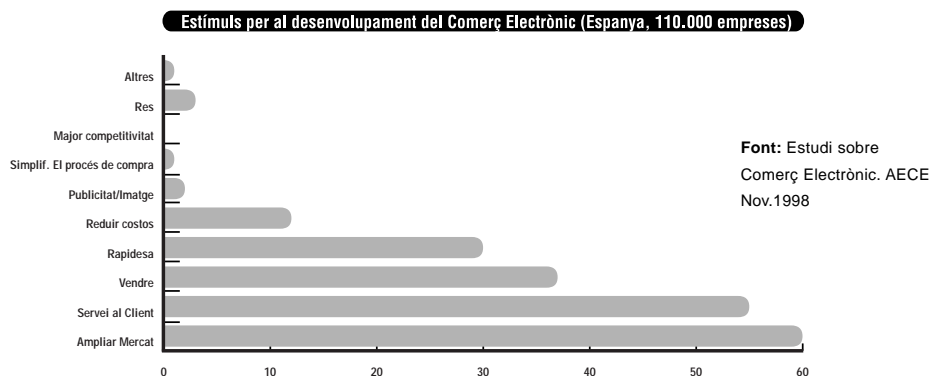
Font: Ovum

04.4 Evolució del Business-to-Business: Negoci entre empreses

A mig termini, l'objectiu del Comerç Electrònic a Europa estarà més orientat a satisfer les necessitats entre negocis (model Business-to-Business: Negoci entre empreses), i passarà a ser un 80% del total del Comerç Electrònic (Forrester).



A Espanya l'estímul per a desenvolupar Comerç Electrònic orientat al Business-to-Business: Negoci entre empreses no està tan clar, si més no, hi ha una evolució del disseny de les webs, les quals passen de ser un simple mitjà de publicitat a ser usades per a vendes online, com a servei al client, etc. amb l'objectiu d'ampliar el mercat. El Comerç Electrònic no tan sols es veu com una eina comercial, sinó que s'orienta a la millora dels processos de negoci.



No hi ha estimacions sobre l'evolució del Comerç Electrònic segons el sector, però es preveu que hi haurà una migració de les empreses que actualment utilitzen EDI, principalment les del sector de l'automoció. L'opció de realitzar Comerç Electrònic Business-to-Business: Negoci entre empreses sobre una plataforma econòmica com ara Internet, farà que moltes PIME es plantegin la possibilitat de desenvolupar el comerç digital.

Quant al volum de negoci que es generarà gràcies al Comerç Electrònic Business-to-Business: Negoci entre empreses, es preveu un creixement més important que en el cas del Business-to-Consumer: Comerç amb el Consumidor.

Estimació del creixement mundial del Comerç Electrònic		
	1996 (milions)	2000 (milions)
Forrester Research	\$600	\$66.000
Yankee Group	\$134	\$12.000
International Data	\$210	\$63.000

La previsió que fa *the Yankee Group Europe* per a l'any 2002 a Europa és d'un creixement del 50%:

Internet d'empreses europees	1998	2002	Creix.
Comptes d'accés (milions)	3,4	15,5	46%
Terminals (milions)	14,8	75,0	50%

Font: *the Yankee Group Europe*, 1998

El tipus d'accés evolucionarà a mesura que les tecnologies ho permetin. A títol d'exemple, les connexions actuals com la feta per marcació (telefonía bàsica) i la fixa (línies punt a punt) es continuaran utilitzant, però l'aparició de noves tecnologies com el XDSL i els mòdems de cable diversificaran el tipus de connexió i oferiran un millor preu.

Pel que fa a la velocitat de connexió, les grans empreses es connectaran a velocitats de multimegabits, com a mínim a 10-34 Mbit/s i 100-155 Mbit/s, mentre que les petites empreses que ara estan connectades evolucionaran cap a una connexió de 2-10 Mbit/s.

Les empreses europees seguiran utilitzant principalment Internet pel correu electrònic

i per la utilització de les Webs, però de la mateixa manera que en el mercat consumidor, hi haurà una evolució en les transaccions basades en Webs i en les comunicacions (fax, telefonia i videoconferència), i es multiplicarà per 4 el grau d'utilització.

