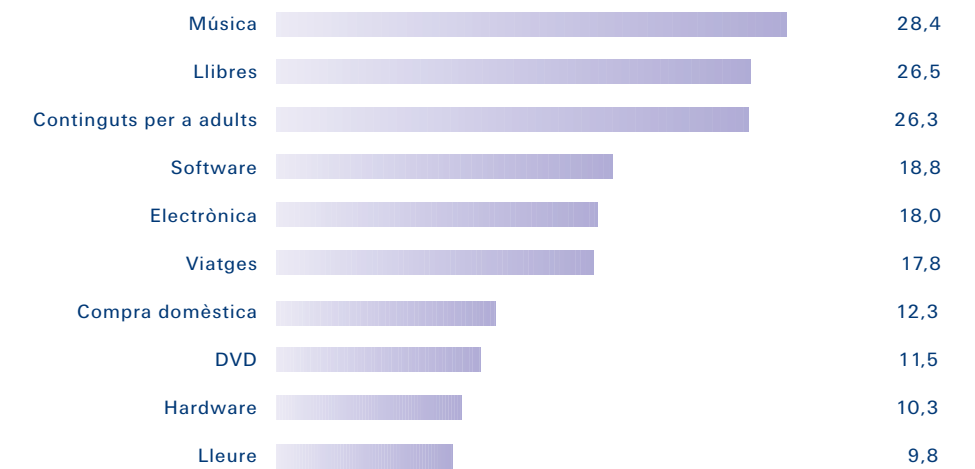


L'any 2001 ha refermat el dinamisme i el fort potencial de creixement del comerç electrònic. Efectivament, en un exercici marcat per la desacceleració generalitzada de l'economia i l'afebliment de l'activitat, l'«e-business» ha registrat un nou increment espectacular, i segons consultores especialitzades va suposar més del 2% de la facturació total del comerç mundial. En el cas del B2B («business to business», o aplicació de les noves tecnologies als processos de compra, venda i subministrament de béns o serveis entre empreses), segons la font consultada el creixement del 2001 s'estima entre el 70 i el 110% a nivell mundial, i la facturació total a l'any 2003 podria superar el bilió d'euros. Als països europeus, el percentatge de la població que realitza compres a través de la xarxa és ja molt significatiu (35% a França, 41% a Holanda, i 55% a Suècia). La creixent utilització de la xarxa i la probable expansió del mercat de productes que ara com ara tenen pocs adeptes «on line» fan pensar en el manteniment de forts ritmes de creixement del comerç electrònic als propers anys, que es reforçarien si es consolida la recuperació econòmica.

### Espanya

Segons l'estudi anual de l'Associació Espanyola de Comerç Electrònic (AECE), la facturació del comerç electrònic entre empreses i consumidors (B2C) a Espanya durant l'any 2001 es va situar en 525,1 milions d'euros, el que representa un increment del 156% respecte a l'any anterior i reafirma la forta dinàmica expansiva dels darrers tres anys. Aquesta xifra supera amb escreix la previsió inicial que l'AECE havia efectuat per a l'exercici 2001.

El mateix estudi estima que en el transcurs del 2001, 1.100.000 ciutadans espanyols –el 13,8% dels internautes més grans de 14 anys– van efectuar alguna compra o contractació de servei per Internet, valorant la comoditat d'aquesta fórmula com el seu principal atractiu. Els productes més demandats van ser música (28,4%), llibres (26,5%), continguts per a adults (26,3%), software (18,8%), electrònica (18%) i viatges (17,8%). El 93,4% dels compradors «on line» consideren que el producte adquirit satisfà sempre o quasi sempre les seves expectatives, i un 79,9% creu que l'entrega de comandes funciona bé. El 49,7% dels internautes espanyols que compren a través de la xarxa efectuen els seus pagaments amb targeta, mentre que el 36,6% els fa contra reembossament i tan sols el 8,9% utilitza la domiciliació bancària.

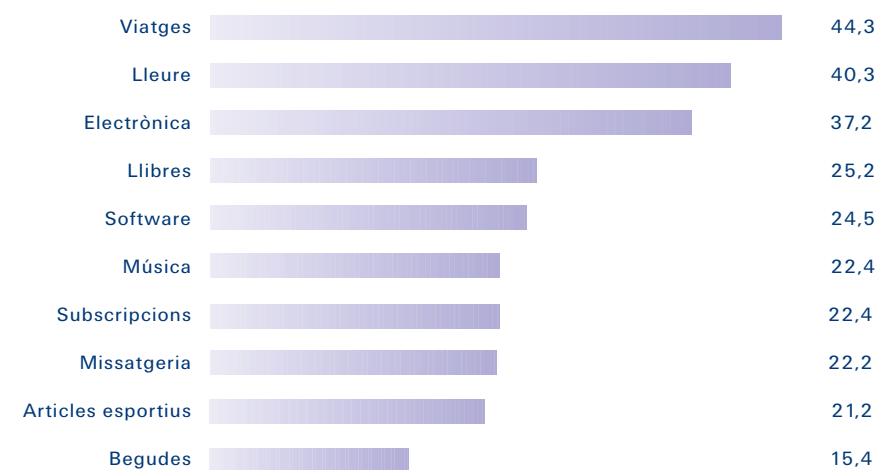


El 39,4% de les empreses espanyoles d'un o més ocupats té pàgina web i el 6,4% ofereix productes o serveis «on line». Els principals objectius de la presència empresarial a Internet són ampliar mercat (54,2%), reduir costos (22,6%) i canalitzar comandes (16,1%). El 6,2% de les empreses implicades ha detectat problemes de frau en les seves operacions de comerç electrònic. D'altra banda, el 26% de les empreses que no venen «on line» i el 30% de les que no tenen presència a la xarxa esperen entrar en el comerç electrònic en el futur proper.

A la primavera de 2002, AECE ha realitzat també un informe específic referit al B2B. Segons l'estudi, el 35,6% de les empreses de més de 200 ocupats estan utilitzant el comerç electrònic entre empreses –percentatge que puja al 46,3% entre les empreses de 1.000 o més ocupats– i el B2B mou un total de 30.500 milions d'euros a Espanya, el que representa un increment del 8% respecte a l'any anterior. El 69,7% de les empreses que practiquen el B2B ho fan per a operacions comercials, mentre que el 53,4% l'aplica en el camp dels subministraments i el 36% en el logístic. Els principals beneficis que les empreses obtenen del B2B són l'automatització de determinats processos (64%), l'estalvi de costos (59%) i la millora del servei al client (57,9%), i el retorn de la inversió sol produir-se després de un o dos anys. Es preveu que el nombre d'empreses de 200 o més ocupats que utilitza el B2B creixi en un 35,1% en el període 2002-03.

## Catalunya

La pròpia AECE ha publicat també un estudi específic sobre el comerç electrònic a Catalunya, que fa referència a l'any 2000. Segons aquest treball, el 33% de les empreses catalanes té pàgina web pròpia, i aproximadament un terç de les mateixes ven a través de la xarxa. Els principals motius que empenyen les empreses catalanes a entrar en l'«e-commerce» són la publicitat (94,9%), la innovació (92,5%) i ampliar el seu mercat (84,9%). La majoria de les empreses enquestades (54,9%) porten entre 1 i 3 anys venent «on line», i un 26,6% ofereix productes a preus més baixos quan opera a través de la xarxa. Tres quartes parts de les empreses declaren haver generat 2 o més nous llocs de treball com a resultat de les seves activitats a la xarxa.



A Catalunya, l'any 2001, el 45,7% de les llars disposaven d'ordinador i el 27,1% estaven connectades a Internet, el que representa un increment del 47% respecte a l'any anterior i una xifra superior tant a la mitjana espanyola com a la d'altres països del nostre entorn. El 16,3% dels que es connecten a la xarxa un cop per setmana o més efectuen compres «on line», impulsats fonamentalment pel preu, la rapidesa i la comoditat que això els permet. Els productes més adquirits «on line» són viatges (44,3%), espectacles (40,3%), productes d'electrònica (37,2%), llibres (25,2%) i software (24,5%). El sistema de pagament més utilitzat és la tarja de crèdit (52,1%), i un 39,1% dels qui compren a la xarxa ho sol fer contra reembossament. El 15,9% dels que formen aquest col·lectiu ja té firma electrònica, i un 94% es mostra sempre o quasi sempre satisfet amb el producte que rep.

## Barcelona

L'òmnibus municipal de Comerç i Consum elaborat recentment per la ciutat, mostra que a Barcelona –on el 38,3% de les llars estan connectades a Internet, i el 39,7% de la població major de 16 anys la utilitza habitualment–, el 9,5% dels ciutadans manifestava efectuar compres a través de la xarxa l'any 2001, el que representa un increment de 2,5 punts respecte a l'any anterior. El perfil típic del barceloní que compra «on line» és el d'un home de 25 a 44 anys i amb nivell alt d'estudis. Els productes adquirits amb major freqüència són els relacionats amb el lleure i la cultura (llibres, música, viatges...), que suposen el 71,7% de les compres, i els d'alimentació (25,3%). Tot i que la freqüència mitjana d'adquisicions a través de la xarxa està augmentant, quasi tres quartes parts dels que compren «on line» ho fa només ocasionalment

