

**FICHA TÉCNICA**

Título: **BUSINESS IN THE INFORMATION AGE. International Benchmarking Study 2000**

Fecha: 2000

Fuente: Department of Trade & Industry U.K.

Nº de páginas: 108

Acceso/coste: Gratuito en internet.

Localización:

<http://www.ukonlineforbusiness.gov.uk/Government/bench/Bench2000/contents.htm>



*Es un informe exhaustivo sobre el uso de las TIC en las empresas. El informe se centra en el Reino Unido comparándolo con el uso que tienen las TIC en otros países líderes. España no aparece en el estudio, aunque constituye un buen ejemplo de como se podría realizar un estudio similar en nuestro país.*

*Es de destacar cómo el gobierno británico además de fijar unas metas de penetración de nuevas tecnologías a medio y largo plazo hace un seguimiento anual del grado de consecución de las mismas.*

*El Reino Unido se está convirtiendo en un país puntero en el campo de la nueva economía.*

## Descripción

---

Este es el cuarto informe de la serie International Benchmarking Studies, encargados por el Departamento de Comercio e Industria, con el objetivo de medir el progreso del Reino Unido hacia la era de la información y convertirse en un país de primera línea mundial en el uso y control de los mercados online. Se pretende ver el grado de consecución de la metas de penetración del comercio electrónico fijadas por el gobierno británico en "Competitiveness White Paper" de 1998. Habiéndose centrado en años anteriores en la propiedad de la empresas TIC, se centra este año en la forma y número en la que los negocios están usando las TIC. Se ofrece información tanto del propio Reino Unido como de los países con los que es comparado: Francia, Alemania, Italia, Suecia, U.S.A., Canadá y Japón.

## Contenido

---

A lo largo de los 124 gráficos del informe se muestra de forma muy detallada el grado de uso de TIC por las empresas británicas. Se estudia:

- 1) El número de empresas con PC y conectadas a la red.
- 2) La adopción del comercio electrónico, desde los grados tecnológicos más ligeros como uso del e-mail, a grados tecnológicos más complejos como websites comerciales, pedidos online y pago online.
- 3) Las actitudes sobre este tema de aquellos negocios que todavía no se encuentran online.
- 4) Caminos y barreras de entrada en el comercio online.
- 5) Un estudio regional del Reino Unido.

Desde el punto de vista sectorial las empresas se dividen en micro, pequeñas, medianas y grandes.

## Estructura del informe

---

### Sumario de principales resultados

#### Adopción del comercio electrónico

**Tecnologías de conexión:** Uso de PCs, e-mail, acceso a Internet, intercambio electrónico de datos, redes locales y extensas, intranet, extranet.

**Punto de vista de los clientes de comercio electrónico:** Marketing, pedidos, invoicing, pagos, servicios postventa.

**Punto de vista de la oferta de comercio electrónico:** Identificación de vendedores, productos y marketing, pedidos, invoicing, pagos, servicios postventa.

**Incremento de la adopción del comercio electrónico:** Perspectivas, caminos, competitividad, inhibidores, management, consejo.

## **Metas y objetivos**

**Resultados regionales:** Conectividad y tecnología, clientes, oferta, comercio online, incrementos de comercio electrónico por regiones.

**Apéndice metodológico:** Cuestionario telefónico y metodología estadística.

## ***Principales conclusiones***

---

### **❖ Grado de conexión**

→ El Reino Unido ha hecho un gran avance en número de negocios conectados a Internet pasando del 63% del año anterior al 81% del año actual equiparándose con los países líderes en este campo, que van desde el 84% de Canadá al 63% de Italia. Destacan los resultados en micronegocios en los que se ha pasado del 15% de 1999 al 55% del año 2000. Incluso, las metas del gobierno para el 2002 ya han sido alcanzadas en el 2000.

### **❖ Adopción del comercio electrónico**

→ Los niveles tecnológicos más simples como el uso diario de mensajería electrónica llegan ya a negocios que representan al 88% de los trabajadores. Los países de referencia se sitúan entre el 93% de USA y el 71% de Italia. Aclarar de entrada que salvo en el primer punto de conectividad en el que se puede leer "número de empresas" tal cual, en el resto, comenzando por el presente punto, dicha mención quiere decir empresas que representan al % mencionado de trabajadores.

→ Los sitios de Internet dedicados al marketing suponen un 66% en el Reino Unido, frente al rango del 76% en Suecia al 44% en Italia.

→ El 57% de las empresas permite a sus clientes hacer pedidos online, o hace pedidos online a sus proveedores, en el Reino Unido; frente al 63% de U.S.A.

→ El pago online sólo se permite en el 34% de las empresas. Aún así es el país líder seguido por Alemania y U.S.A. con un 28% cada uno.

→ Como quiera que se habían conseguido antes de tiempo los objetivos de conexión se enunciaron dos nuevas metas orientadas a los micronegocios y PYMES que evolucionaban más despacio.

→ La primera era conseguir un millón de empresas de este tipo, comerciando online para el 2002. Con 450.000 negocios se han hecho grandes progresos pero todavía son necesarios más, para llegar a cumplir las metas en el 2002. Sin embargo el Reino Unido ya es líder en este punto.

→ La tercera meta, más general, era conseguir situarse entre los líderes mundiales en T.I.C. en este tipo de empresas en el 2002. En

cuanto a conexión, con el 55% de los micronegocios conectados se ha avanzado desde el 15% del año anterior, acercándose al líder, Alemania, con el 65% de este tipo de negocios conectados. Respecto a las pequeñas empresas, con el 70% conectadas, el Reino Unido se sitúa en 5ª posición tras el 83% del líder, Suecia. En cuanto a comercio online, es realizado por el 14% de las microempresas frente al 21% del líder, Alemania. Respecto a las pequeñas empresas con el 22% comerciando online, sólo adelanta al Reino Unido el líder, Alemania, con el 29%.

- Destacan las diferencias entre la oferta y la demanda, mientras que el 45% de las empresas hacen pedidos online a sus proveedores, sólo el 27% permite a sus cliente hacer pedidos online.
- Como un resumen general se considera que el Reino Unido junto a U.S.A. y Canadá, lidera el comercio electrónico. A la cola están Francia, Italia y Japón. Alemania y Suecia ocupan posiciones intermedias.

#### ❖ Actitudes

- No sólo el nivel de comercio electrónico en el Reino Unido es relativamente fuerte, con un 70% de las empresas, sino que del 30% que no utiliza el comercio electrónico, un 80% dice que lo usará en el futuro. Lo que deja sólo un 6% de negocios que permanecen sin intención de realizar esta actividad.

#### ❖ Cauces y barreras de entrada

- El principal cauce por el que las empresas entran en el comercio electrónico es el deseo de aumentar su posición competitiva. El Reino Unido con un 73% de negocios que lo ven importante sólo es superada por Suecia con un 74%.

#### ❖ Regional

- El comercio electrónico ha aumentado en todas las regiones de U.K.
- La conexión se encuentra alrededor del 75% de las empresas en casi todas las regiones.
- El 80% de los negocios tienen acceso a Internet en todas la regiones.
- Londres tiene el mayor porcentaje de comercio online pero también están por encima de la media Yorkshire & Humber, Este, Sudeste y Escocia.
- Destaca la tasa de crecimiento de Irlanda del Norte que desde posiciones bajas ha alcanzado rápidamente a la media.