

Proyecto e-business for Cr@fts

Manual de buenas prácticas

Prefacio

Uno de los aspectos más importantes de la innovación en la economía moderna es el que aportan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). El uso de las técnicas del TIC y del e-business es la principal vía para las Pymes hacia un aumento de sus posibilidades en los mercados globales.

Comparándolas con otras grandes empresas, muchas Pymes siguen en una situación de aislamiento con respecto al uso de Internet como herramienta de negocio. Con el fin de fomentar el uso del e-business en el ámbito de las Pymes, la Comisión Europea ha desarrollado un amplio espectro de políticas e instrumentos, y ha puesto en marcha distintas acciones, iniciativas y apoyo financiero basándose en ellas. Una de las iniciativas de la Comisión para alcanzar una mejor coordinación entre las políticas del e-business es el eBSN (Apoyo europeo en e-business para Pymes), una red virtual de personal clave en la toma de decisiones y expertos en políticas públicas.

E-Business for crafts es un proyecto financiado por la Comisión Europea- DG de Empresa, al amparo de la convocatoria de propuestas “Reforzando energías entre políticas públicas de ayuda en e-business para Pymes”. Su objetivo es el de intercambiar buenas prácticas y desarrollar una política mejorada entre las autoridades locales en e-business y organizaciones artesanales, para fomentar el uso del e-business entre micro-empresas y gremio artesano, identificar iniciativas en políticas financiadas públicamente, partenariados públicos y privados y organizaciones de servicios para Pymes para una mayor promoción del e-business entre las micro-empresas y artesanos, y concienciar a las Pymes de la existencia de servicios locales y regionales relacionados con el apoyo al e-business.

Basado en el Inventario de Iniciativas en E-Business financiadas públicamente, cada socio del proyecto ha seleccionado dos iniciativas de buenas prácticas de su región: una iniciativa financiada públicamente, y otra privada, por asociaciones de Pymes. Todas las 14 buenas prácticas presentadas proporcionan información financiera o de apoyo para artesanos y Pymes quisieran integrar el e-business en sus negocios y, por tanto, incrementar su competitividad y productividad.

Resumen del Inventario

El primer paso dentro del proyecto E-Business for Crafts consistió en un estudio sobre iniciativas financiadas públicamente que apoyaran actividades en e-business de las Pymes. Como resultado de este estudio, se seleccionó un número de iniciativas para su publicación dentro del llamado Inventario. La selección de iniciativas obedecían a ciertos criterios, tales como la consideración del grupo diana “pequeñas empresas”, “el gremio artesano” o resultados específicos.

Dentro del siguiente paso se estableció un catálogo de criterios para resumir y comparar de forma sencilla los contenidos y objetivos de cada iniciativa. Recapitulando los resultados de esta evaluación, se vio claramente que los resultados y objetivos de iniciativas financiadas públicamente eran más o menos idénticos dentro de los países y regiones socias. Uno de los aspectos diferenciadores es la cuestión de si una iniciativa ofrece una financiación directa para la Pyme o si apoyan a organizaciones intermediarias. Lo más común en las iniciativas es fomentar el conocimiento en cuanto a e-business así como ofrecer una educación especial en este campo. En cuanto a las áreas a dirigirse dentro del e-business, el comercio electrónico encabeza la lista. Las menos interesantes son las subvenciones relacionadas la provisión o compra de hardware así como lo relacionado con el tema e-gobierno. El Inventario está disponible en <http://www.sbra.be> Para adquirir una visión general de las iniciativas enumeradas dentro del Inventario véase el Apéndice, Tabla 2 (pág.30).

Como segundo paso el estudio se extendió a las iniciativas subvencionadas de forma privada y, junto con un ejemplo del Inventario, cada socio seleccionó una iniciativa subvencionada de forma pública, considerada como ejemplo de buenas prácticas en su región, para su inclusión en el Manual.

Con intención de ofrecer una visión general de los objetivos y contenidos sobre los ejemplos de las buenas prácticas, estas iniciativas vienen resumidas siguiendo los mismos criterios de catálogo del mismo modo que en el Inventario.

Liguria/Italia

Decidimos incluir dos iniciativas de Liguria para el intercambio de buenas prácticas en el e-business. En Liguria, realmente, existen pocas iniciativas a favor de la promoción del e-business y el e-comercio entre Pymes y oficios sobretodo en lo que concierne a Business 2 Business (B2B) (comercio electrónico entre empresas) y Business 2 Customer (B2C) (empresas a consumidor), generalmente en los portales web. Esto responde a que las empresas en nuestra región son micro-Pymes: se ha demostrado que un gran número de emprendedores conocen la existencia de soluciones e-business que ayuden a simplificar su trabajo pero, de todos modos, sólo utilizan el correo electrónico para el intercambio de información y contactar con clientes o proveedores. Incluso el uso de Internet es difícil para un gran número de artesanos.

Un portal web promocionando estas Pymes parece ser la mejor solución para estos emprendedores ya que la administración viene proporcionada por una autoridad local y su responsabilidad es mínima. "Made in Liguria" es la iniciativa más exitosa en cuanto a portal web, que implica un gran número de Pymes en general, y artesanos en particular.

Otra iniciativa de éxito, no sólo en nuestra región sino en toda Italia, es una ley financiera-200/388- que realmente ayudó a las empresas en la consecución del e-business y en la compra de todos los instrumentos necesarios para la realización del e-comercio.

En Liguria, las empresas están generalmente limitadas por sus dimensiones- que son pequeñas- y también por la avanzada edad de los emprendedores: Liguria posee la

población más vieja de Italia y este hecho no ayuda en el uso de nuevas tecnologías y software en las micro-empresas.

De todos modos, la artesanía y las Pymes representan la mayor parte del tejido económico y sería muy importante el desarrollarlos, así como sus posibilidades de aumentar el comercio exterior.

Concretamente, porque en Liguria hay una gran potencialidad en el sector de la artesanía y la alimentación que podrían rentabilizarse en todo el mundo.

El intercambio de buenas prácticas entre los socios y generalmente, con otros países, puede resultar de gran utilidad en la creación de mejoras significativas dentro de las Pymes y la artesanía surgidas a nivel nacional.

Nombre de la Iniciativa: Ley 388/2000
--

Contacto en Liguria: <http://www.filse.it>

Organización Pública Responsable: Ministerio de Actividades Productivas, Roma-Italia
(<http://www.attivitaproductive.gov.it>)

Descripción de la Iniciativa

Esta Ley entró en vigor en el año 2000 por primera vez, y desde entonces ha sido financiada tres veces durante los años 2000, 2003 y 2005. Seguramente vuelva a financiarse en 2007. Se centra en las micro-empresas y también en las compañías pequeñas que operan en el sector artesanal. Esta ley subvenciona el desarrollo del comercio electrónico y del e-business entre Pymes y entre éstas y los consumidores y compradores finales. Se remite a los mercados internos y globales para implementar la venta en línea de bienes y servicios así como información comercial, suministro en línea de investigación, estudio y recopilación de datos. Los planes implementados del e-business deben durar 14 meses, pero se prevén otros 18 para la evaluación de resultados e impactos económicos sobre las empresas.

La Ley 388/00 financia:

- Gastos en hardware (5% de la cantidad total solicitada).
- Software para la implementación del plan.
- Continuo asesoramiento y personalización de la aplicación que permita la venta de actividades por Internet (ej: comercio electrónico o aplicaciones B2B) o su integración con otros sistemas informativos en la empresa tales como gestión de almacenamiento, distribución o administración, inteligencia empresarial).

- Asesoramiento en cuanto a marketing que proporcione aumento de ofertas en línea, tales como marcas, búsqueda de publicidad,...
- Formación de personal, incluyendo e-learning (15% del total de la cantidad solicitada).
- Desarrollo y mantenimiento de la plataforma tecnológica (10% de la cantidad total solicitada).

Duración de la Iniciativa

Expedida por primera vez en el 2000, esta ley ha sido financiada tres veces: 2000,2003 y 2005.

Grupos Diana

Grupos Diana Directos: Micro-empresas y Pymes que operan en la artesanía. Potencialmente, 1.472,284 de las empresas italianas, que representan el 29% del total de Pymes italianas. El 94% de ellas son micro-empresas que cuentan con 2.3 personas por Pyme.

Grupos Diana Indirectos: No están previstos, ya que la ley financiera tiene un grupo muy específico (Micro-empresas y Pymes que operen en la artesanía).

Áreas del e-business a las que dirigirse

Esta Ley tiene el objetivo de financiar el e-comercio y los e-business colectivos. De hecho, la solicitud financiera puede presentarse por un total de 20 empresas que quieran mejorar el e-business para compañías similares.

Línea presupuestaria por cada empresa o artesano

68 millones de euros € por cada propuesta.

Tipo de co-financiación

Crédito Fiscal

< 30.000 €

> 100.000 €

Financiación de 3 años (realización, implementación). 90% durante 3 años. El 10% restante del total de la financiación puede distribuirse sólo en el caso que las empresas implicadas alcancen los objetivos propuestos en la fase de planificación.

Esta ley fomenta los consorcios

- 5 ó mas Pymes: financiación del 45% de los costes
- Asociación tempral de Pymes incluyendo al menos 14 empresas: 40% de los costes
- Pymes individuales: 35% de los costes.

Criterios de participación

- Micro-empresas y Pymes (de acuerdo con la regulación europea concerniente en estos asuntos).
- Empresas individuales, sociedades de responsabilidad ilimitada, así como anónimas, comanditarias e ilimitadas.
- Consorcios entre empresas
- Centros de innovación
- Empresas con sede italiana

Evaluación

Los resultados son satisfactorios: más de 2.500 Pymes solicitaron financiación en Liguria. El 45% recibieron financiación (1.129 Pymes)

¿Qué es lo que hace de esta Iniciativa una buena práctica?

Esta iniciativa ha sido seleccionada como buena práctica por su relevancia.

- Es una ley nacional promulgada por primera vez en el año 2000, y ya ha sido financiada tres veces.
- Representa la línea de financiación más importante en materia de e-business en Italia
- Disponía de una gran cantidad de dinero disponible para cada convocatoria (70 millones € aprox.)

Permite a un gran número de Pymes el mejorar sus herramientas y habilidades en e-business.

¿Es esta iniciativa transferible?

La iniciativa es, desde luego, transferible. De todos modos, esta transferibilidad depende de la disponibilidad de los fondos empleados a nivel nacional o regional. Las autoridades locales se someten a un esfuerzo intenso, tanto en términos de capacidad económica como en recursos destinados a recibir e informar sobre las necesidades de las Pymes.

Nombre de la Iniciativa: PORTAL “ WWW.MADE-IN-LIGURIA.IT ”

www.madeinliguria.it

Persona de contacto: Cámara de Comercio en Génova- Franco Agostini

Organización Pública responsable

Cámara de comercio de Génova.
Administración del portal por Elsag s.a

Descripción de la Iniciativa

Este portal web se ha confeccionado para las empresas de Liguria. Su objetivo es el de promocionar productos típicos de la región, sus complejos turísticos, así como su cultura. Este portal se divide en 3 secciones:

- Compras- promocionar los productos de Liguria, especialmente la Artesanía
- Negocios- información para las empresas de todo el mundo dispuestas a entablar negocios con Pymes de Liguria.
- Liguria- fomento de la cultura y el turismo.

Para estos objetivos:

La Cámara de Comercio de Génova creó un portal web llamado www.made-in-liguria.it para mejorar la situación de las Pymes de Liguria en materia de comercio electrónico.

Dentro de este proyecto, la Cámara de Comercio fomentó una línea de financiación para Pymes y Consorcios de empresas que quisieran participar en el comercio electrónico. Las Pymes y los consorcios se incluyen libremente dentro de las áreas reservadas a “Business to Consumer” (empresas al consumidor) ó “B2B” (comercio electrónico entre empresas) por un período inicial de 12 meses. En este caso, la financiación comprende:

- Participación libre en un curso de formación de 4 días y libre acceso a un servicio de asistencia e información durante un año.
- En cuanto a B2C (empresas a consumidor), promoción para Pymes/Consorcios en un área dedicada de la plataforma electrónica con una contribución de 550,00€ por 30 productos hasta 3 páginas.
- En cuanto a B2B (comercio electrónico entre empresas), promoción gratuita para Pymes/Consorcios en un área dedicada del portal con una página de presentación y la posibilidad de realizar inserciones ilimitadas.

Duración de la Iniciativa

Con comienzo en 2001, la práctica sigue en curso y mejorando el número de participantes.

Grupos Diana

Grupos Diana Directos:

- Pymes Industriales
- Micro-empresas y Pymes que operen en artesanía
- Micro-empresas y Pymes agrícolas
- Micro-empresas y Pymes en suministro de servicios
- Consorcios establecidos entre estas empresas
- Empresas con sede en Liguria

Grupos Diana indirectos:

- Pymes extranjeras que deseen crear vínculos con empresas de Liguria.
- Compradores extranjeros
- Turistas

Áreas del e-business a dirigirse

Esta subvención tiene por objeto el comercio electrónico y el e-business colectivo.

Criterios de Participación

- Micro-empresas y Pymes (de acuerdo con la regulación de la UE en lo que a este tema respecta)
- Empresas individuales, sociedades de responsabilidad ilimitada, así como anónimas, comanditarias e ilimitadas.
- Consorcios entre empresas
- Centros de innovación
- Empresas con sede en Liguria

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa ó artesano

Oferta libre en caso que las Pymes estén vinculadas con la sección de compras del portal.

Para la sección de negocios, las Pymes deben pagar directamente a la Cámara de Comercio de su provincia y los precios varían: principalmente dependen de la dimensión de la empresa y del tipo de producto/servicio que buscan.

Evaluación

Evaluación favorable.

Casi 750 empresas registradas en la página web. También las autoridades locales usan el portal para promocionar eventos así como productos típicos de la región.

El apartado de compras lo han visitado más de 2 millones de visitantes desde el año 2001.

¿Qué distingue a la Iniciativa como buena práctica?

Esta es la iniciativa más importante llevada a cabo por las autoridades locales en nuestra región. Las Cámaras de Comercio de las cuatro provincias de Liguria participan activamente en su implementación y promoción en el exterior, así como en Regione Liguria. Realmente, este es el principal portal de Liguria que promociona la artesanía y gastronomía local en todo el mundo. Se configura como una iniciativa de larga duración, ya que el portal está en la web desde el 26 de mayo de 2001. La medida ha tenido buena acogida por parte de las Pymes.

Facilitó el contacto con empresas del exterior.

El apartado de compras ha sido visitado por más de 2 millones de visitantes desde 2001

El portal también resulta útil para la promoción de eventos y complejos turísticos en Liguria.

¿Es transferible esta Iniciativa?

La iniciativa puede transferirse perfectamente. No requiere de grandes inversiones para empezar y puede convertirse en un importante medio para las Pymes en la promoción de sus negocios en el extranjero. Resulta especialmente útil para el sector de la artesanía: el portal no requiere de especiales conocimientos o habilidades, ya que se administra a nivel central y local.

Alemania

Para comprender la situación de las iniciativas en e-business en Alemania, es necesario entender también su sistema político. Políticamente, Alemania es una “República Federal”, que comprende unidades autónomas, llamadas “Estados federados”, que poseen personalidad estatal propia. En la Federación las tareas gubernamentales se dividen entre los dos niveles políticos, ya que ambos son responsables de ciertas tareas gubernamentales. Cada estado federal posee su propia constitución y, por tanto, sus propias instituciones políticas tales como Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

De acuerdo con esta estructura la Federación, así como cada estado federado, inicia y apoya actividades para fomentar el uso del e-business dentro de las Pymes. Por tanto, la estructura de las iniciativas en e-business en Alemania es bastante heterogénea. En cuanto a evaluación de las iniciativas en e-business como Ejemplos de Buenas Prácticas, esta situación deberá ser tenida en cuenta.

Los problemas que las empresas alemanas de artesanía especializada presentan, ofrecen el punto de partida para nuestras iniciativas. La presión en los precios en empresas de artesanía es muy fuerte en la actualidad. La economía clandestina y contratación extranjera con precios más favorables están generando una competencia en aumento. Además, la liberalización ha entrado en juego en el sector de la artesanía, de modo que en algunos casos las empresas que no se dedican a la artesanía pueden ofrecer los mismos servicios. Puntos de partida importantes son, por tanto:

- Procesos más eficientes con los que las empresas puedan ahorrar gastos.
- comercio electrónico, entendiendo con ello una fácil accesibilidad por parte de los clientes, p.ej. vía ofertas en Internet y estructuras claras de precios para clientes privados, p.ej. establecer precios por m²

Al mismo tiempo las empresas tienen poco alcance financiero para inversiones o consultores profesionales. La introducción y el apoyo de las soluciones en e-business a menudo se materializan por medio de intereses casuales del propietario, empleado o un tercero relacionado. Las medidas de apoyo resultan fructíferas si ofrecen soluciones

tanto para los problemas mencionados como para la implementación económica y mantenimiento de la técnica.

Algunas Cámaras de artesanía especializada han comenzado por tanto a desarrollar iniciativas en el sector del e-business, en gran medida por las peticiones concretas de empresas de la artesanía. Los resultados son proyectos pequeños, individuales, a menudo sobre iniciativas de las propias empresas. Las Cámaras organizan financiación de forma individual para cada proyecto, por ejemplo de los propios recursos para medidas menores o de fondos públicos. La ventaja de este procedimiento es que se puede prestar especial atención a la eficiencia, y la atención se centra en un proyecto. Una desventaja es que deben presentarse muchas peticiones de ayuda.

En algunas regiones alemanas ha habido importantes programas generales en e-business. Pero en la actualidad muchas iniciativas sólo se centran en redes de contactos (ya sea en temas concretos o generales). El motivo es que los estados federados alemanes consideran que el e-business ha alcanzado el estatus de tecnología punta entre las empresas de artesanía. Las Cámaras de artesanía especializada tienen una opinión diferente. Sentimos que el comercio electrónico y los procesos internos podrían seguir beneficiándose considerablemente de un software más avanzado y un mejor conocimiento dentro de las empresas. El problema es encontrar el modo/s efectivo de implementar esto en las pequeñas empresas.

Las siguientes buenas Prácticas dan ejemplos para cada uno de los tres grandes programas del antaño (“b-online” y “E-business para Pymes”), proyectos individuales que responden a problemas especiales (“Innovation Fund”, “Craft Test”, e “Interreg III”) y las actuales iniciativas en redes de contactos (“EC-net” y “ECO”).

Nombre de la Iniciativa: Red de contactos alemana en e-business (German e-business network)
--

<http://www.ec-net.de>

Organización Pública responsable

Ejecutor del proyecto: DLR-PT, Darmstadt, Alemania

Financiación: Ministerio Federal de Economía y tecnología en Alemania.

Descripción de la Iniciativa.

La red de contactos alemana en e-business consiste en 25 Centros de Competencia Regional y un Centro de Competencia específico para el comercio industrial (ECC Handel, Colonia). Los Centros de Competencia Regional los gestionan y coordinan las Cámaras de Comercio e Industria, las Cámaras de artesanía y comercio especializado, institutos de investigación, agencias de desarrollo, y otras instituciones públicas.

Desde 1998, la red de contactos en e-business ha proporcionado un servicio de información y orientación a Pymes así como a artesanos en todas las áreas relevantes

del e-business. Los servicios de la red de contactos incluyen eventos públicos, asesoría individualizada,, un sitio web nacional (www.ec-net.de) y sitios web regionales para cada Centro de Competencia Regional participante.

Duración de la Iniciativa

Después de los períodos de financiación 1998 - 2001, de 2001 - 2003 y de 2003 - 2005, el proyecto ha alcanzado ahora su cuarto trimestre de financiación, desde el 1 de enero de 2006, hasta el 31 de diciembre de 2008.

Grupos Diana

Los grupos diana son Pymes y artesanos de toda Alemania. En función de la región donde esté situada la empresa, están coordinados por el Centro de Competencia Regional respectivo.

Otro grupo diana es la red de contactos interna. El conocimiento específico de los Centros de Competencia Regional se pone en común y se transfiere a otros centros por medio de servicios especiales de información en la plataforma interna de Internet www.ec-kom.de y por medio de talleres especiales.

Áreas del e-business a las que dirigirse

En función de la necesidad de información en cuestión, la iniciativa se dirige a todas las áreas importantes del E-business. El conocimiento específico de los Centros de Competencia Regional se compone de sub-proyectos adicionales (RFID, ERP, IT-security, CRM, Website Award, e-pump-éste último es un proyecto especial para la artesanía).

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Como norma general, no es necesario un presupuesto para beneficiarse de los servicios de la red de contactos alemana en e-business. El participar en acontecimientos públicos es gratuito. El servicio de consultoría, que debe entenderse como un servicio primario, también queda libre de cargos presupuestarios.

Para el presente período de financiación, todos los Centros de Competencia Regional y los proyectos adicionales sobre temas específicos perciben un 50% de financiación por parte del Ministerio de Economía y Tecnología alemán. El 50% restante debe financiarse mediante aportaciones propias por parte de los Centros de Competencia.

Criterios de participación

Artesanos y Pymes pueden beneficiarse de las iniciativas de los servicios. No se hace excepción alguna, todo el mundo es bienvenido.

Evaluación

Desde 1998 una media de 3.000 consultas al año son las que se han realizado en la totalidad de la red de contactos. La cantidad media de eventos por año es de 600, con unos 40 participantes aprox.

El tipo de eventos es muy heterogéneo, algunos de ellos para pequeños grupos. Como ejemplo, el NEG Road Show 2006 atrajo a 2200 participantes en 32 eventos.

¿Qué define a la Iniciativa como buena práctica?

La iniciativa está basada en una estructura de red de contactos nacional junto con los Centros de Competencia Regional. Dentro de esta estructura, cada centro de competencia se concentra en ciertos asuntos relacionados con el e-business que sean de mayor relevancia para los negocios regionales. Además, los centros de competencia están interconectados por medio de la red de contactos nacional y están implicados en un continuo intercambio de experiencias así como en la organización común de “road shows” que se celebran en toda Alemania, y se centran en asuntos relacionados con el e-business que son de interés general para las Pymes, y que también sirven para transferir las ofertas de un centro de competencia a otro. De este modo, se puede ofrecer una gran variedad de temas, garantizando gran calidad informativa.

¿Es la iniciativa transferible?

La red de contactos en e-business es transferible siempre y cuando una institución quiera coordinar la iniciativa, como por ejemplo el Ministerio, o una organización paraguas del sector de la artesanía. Si no es posible crear una red nacional de contactos, el concepto de los centros de competencia puede transferirse a un nivel regional. Por lo tanto, es necesaria la figura de un organizador- una Cámara de Comercio e Industria, una Cámara de artesanos y oficios especializados, etc- para desarrollar e implementar una oferta de consulta en e-business para Pymes. En primer lugar, el organizador debería concentrarse en ciertos aspectos relacionados con el e-business como la seguridad en TI (tecnología de la información) o el web marketing. Este tema debería estar orientado hacia la estructuración económica regional. A continuación, un portal en Internet es necesario para proporcionar información actualizada en cuanto a, p.ej. Seguridad en IT, normas y regulación, web marketing, calidad en Internet. Además, deberían organizarse eventos informativos y talleres sobre ciertos temas, con ponentes expertos en temas de e-business y emprendedores que ya hagan uso de él.

<p>Nombre de la Iniciativa: ECO- Federación de la Economía Alemana en Internet (Federation of the German Internet Economy)</p>

www.eco.de

Organización Responsable

Eco- Asociación de economía alemana en Internet, Colonia.

Descripción de la Iniciativa

La Asociación eco se define a sí misma como promotora y agente para los intereses especiales de todas las compañías que realizan actividades con valor añadido con o en Internet. Representa a estas compañías en política, fomenta la comunicación entre los participantes de mercado y los apoya en la comercialización de sus productos.

El propósito de la Asociación se supone podrá conseguirse concretamente a través de las siguientes acciones:

- Intercambio de experiencias entre los miembros de la Asociación y terceros miembros del exterior sobre innovaciones técnicas y posibilidades de aplicación.
- Elaboración conjunta y redacción de medidas técnicas de seguridad.
- Realización de eventos de formativos e informativos sobre varios temas con la participación de expertos ponentes.
- Participación de la Asociación en la elaboración de directrices y leyes que afectan los propósitos de la Asociación a nivel nacional e internacional.
- Organización de congresos y exposiciones sobre todos los temas relacionados con la difusión del uso comercial de Internet bajo el liderazgo y la responsabilidad organizativa de la Asociación.
- Establecimiento de grupos de trabajo dentro de las áreas de responsabilidad de la Asociación, concretamente:
 - Infraestructura
 - E-Business/servicios en línea de aplicaciones
 - Contenidos
 - Leyes y regulaciones

La labor de la Asociación se controla mediante las reuniones de los miembros. Estas reuniones determinan los objetivos, estrategias y el marco en el que aplicar las actividades. El Consejo de Administración pone en práctica los intereses de los miembros. Un diseño del trabajo en relaciones públicas y servicios de información internos sustentan la política de información de la Asociación. Los foros abiertos (tareas locales) sirven para crear redes de contactos en esta rama.

Las actividades conjuntas de marketing se ponen en común en iniciativas.

Duración de la Iniciativa

La Asociación se fundó en 1995

Grupos Diana

Los grupos Diana son aquellas empresas que buscan actividades con valor añadido con o en Internet.

La estructura de los miembros es la siguiente:

PSI (Proveedor de servicios de Internet), PSA (Proveedor de servicios de aplicaciones), Carriers (servicio de cable), proveedores de software y hardware, proveedores de contenidos y servicios, sociedades de comunicación, usuarios, etc. La lista de miembros puede obtenerse mediante las páginas en Internet de la Asociación.

Áreas del e-business a las que dirigirse

La principal responsabilidad, competencia y campo de trabajo de la Asociación ECO se concentran en los temas de “infraestructura y tecnologías”, en contenidos, aplicaciones, ley y política.

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

La Asociación se financia con las aportaciones de sus miembros. La cantidad de estas contribuciones se especifica en las Normas para Contribuciones contenidas como Anexo en los Estatutos de la Asociación. Las Normas para Contribuciones y los Estatutos de la Asociación pueden obtenerse en el sitio web.

Criterios de Participación

Los criterios de participación, p.ej. el comienzo y fin de la afiliación, se estipulan en los Estatutos de la Asociación. En resumen, las siguientes disposiciones deben aplicarse desde el comienzo de la afiliación:

Pueden ser miembros de la Asociación personas físicas y jurídicas, al igual que sociedades mercantiles, autoridades oficiales, asociaciones, instituciones, corporaciones y fundaciones.

Evaluación

Actualmente, la Asociación cuenta con más de 325 miembros, siendo muchos de ellos Pymes, y tiene tres oficinas en Alemania. A pesar de las dificultades del llamado “Nuevo Mercado”, ECO nunca registró un apérida notable de miembros. A lo largo de los años, ECO ha ido obteniendo su lugar en política y es bien conocida por los medios. Dado el hecho de que ECO se entiende a sí misma como una plataforma y promotora de nuevos desarrollos así como un proveedor de servicios, los propios miembros evalúan las actividades y servicios de la asociación.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

Las ventajas de las que se benefician los miembros de la Asociación de la Economía Alemana en Internet son de actividades tales como el cabildeo, el intercambio de experiencias en grupos de trabajo, tareas a nivel local y actividades conjuntas de marketing. Por tanto, se crean sinergías bien orientadas, los costes de sujetos individuales se minimizan, y la demanda de productos y servicios se centra en empresas miembro de la Asociación. Además, se crea un alto grado de comunicación informal como resultado de la estrecha cooperación.

¿La Iniciativa es transferible?

La transferibilidad de esta iniciativa a otro estado socio viene dada por el interés de la correspondiente economía en Internet y por uno o varios socios iniciadores. De todos modos, el concepto de la Asociación es básicamente transferible- estando sujeto a la situación legal nacional.

Nombre de la Iniciativa: INTERREG IIIA- Entrada al mercado polaco. (Entrante to the Polish market)

Organización Pública responsable

La Comisión europea y estos miembros (agencia nacional: banco de inversión del estado de Brandenburgo), también coordinados por la Cámara de artesanía Cottbus.

Descripción de la Iniciativa

Interreg III es una iniciativa Comunitaria que se orienta a estimular la cooperación interregional en la UE entre 2000 y 2006. Está financiada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Esta fase de la iniciativa Interreg está diseñada para fortalecer la cohesión económica y social a lo largo de la UE, mediante el fomento de un desarrollo equilibrado a través de la cooperación, interregional, transnacional y fronteriza. Se ha hecho especial hincapié en la integración de regiones remotas y aquéllas limítrofes con países candidatos.

El proyecto, en el que la Cámara de artesanía Cottbus trabaja, incluye la cooperación fronteriza entre regiones adyacentes. Apunta a desarrollar centros económicos y sociales fronterizos a través del desarrollo común de estrategias, particularmente para la artesanía.

La Cámara de Artesanía asesora la artesanía individualmente en los siguientes campos:

- Información en un taller básico
- Consulta
- Comprobaciones de estado
- Formación, seminarios
- Contactos entre Pymes polacas y alemanas
- Ferias y conferencias
- Evaluación

Duración de la Iniciativa

La donación se creó a principios del año 2000 y continuó hasta finales del 2006. La Cámara de artesanía Cottbus apoyó el proyecto con fondos de la Unión Europea del 26/04/05 al 30/03/07 (31/07/07).

Grupos Diana

Artesanos y Pymes del distrito de la Cámara de Cottbus.

Areas del e-Business a las que dirigirse

Consultas específicas de empresas y consulta de conceptos de las siguientes áreas:

- Búsquedas y análisis en el dominio de Internet polaco de soluciones en e-business para la industria.
- Presentación en línea multilingüe- especialmente en Polaco.
- Asesoramiento para tiendas multilingües en línea y dinero electrónico.
- asesoramiento para el e-business en Polonia.

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Cada proyecto puede recibir el 100% de la cantidad.

Criterios de participación

Artesanos con vistas a desarrollarse en el mercado polaco.

Evaluación

Se apoyó satisfactoriamente a más de 60 empresas del sector artesano.

12 empresas fueron asesoradas.

Se realizó un importante uso de este programa por parte de empresas de Brandenburgo.

Durante la duración del proyecto los usuarios prepararon informes y establecieron directrices para la Cámara de artesanía de Cottbus.

La Cámara de artesanía redactó un informe técnico y financiero durante la duración del proyecto y al final del mismo.

¿Qué distingue a la iniciativa como una buena práctica?

Las empresas de artesanía obtienen importantes fondos para la consulta con expertos. Para las empresas sólo había la existencia de un solo socio (La Cámara de artesanía de Cottbus). El socio estaba al cargo de solicitar los fondos y los informes de estado financiero. Para las empresas de artesanía esto supuso un procedimiento sencillo, sin necesidad de excesiva burocracia. Es una iniciativa fronteriza específica.

¿Es transferible la Inicitiva?

La iniciativa es exclusiva para la cooperación fronteriza entre regiones limítrofes, y apunta a desarrollar centros económicos y sociales fronterizos a través de estrategias de desarrollo común. Un nuevo período arrancará en 2007, hasta 2013.

Nombre de la Iniciativa: Iniciativa e-Business para Pymes (e-Business for SME)

Organización Pública responsable

Ministerio de Economía de Bradenburgo, coordinado por el banco de Inversiones del estado de Brandenburgo.

Descripción de la Iniciativa

La fundación apoya innovaciones técnicas (proceso y productos) dentro de las Pymes, parte de los medios se prevén concretamente para empresas de la artesanía. Apoya costes de desarrollo técnico tanto del proceso como de las innovaciones del producto. La fundación apoya la creación de presentaciones en Internet de alta calidad y la implementación de actividades en el campo del e-business.

Duración de la Iniciativa

La iniciativa “e-business para Pymes” fue del 05/07/2000 al 30/06/2001.

Grupos Diana

El Estado Federal de Brandenburgo apoya el uso comercial de la información y de tecnologías y servicios de la comunicación en Pymes con los siguientes objetivos:

- Desarrollo mundial de los mercados de venta para productos y servicios del estado de Brandenburgo
- Fácil acceso de las Pymes al mercado del e-business.

Áreas del e-business a las que dirigirse

- Planificación, conceptualización y preparación del proyecto por parte de proveedores regionales.
- Realización técnica de e-business
 - desarrollo, ajustes y uso de software para e-business
 - tiendas en línea
 - sistemas de comunicación e interacción
 - procedimientos para la aplicación de firmas digitales
 - procedimientos para la aplicación de dinero electrónico

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Cada proyecto puede recibir el 50% de la cantidad, siendo la cantidad mínima de asignación de 2.500€ y un máximo de 10.000€.

La duración de los proyectos no debería sobrepasar los 3 meses.

Criterios de Participación

Pymes del estado de Brandenburgo

Evaluación

La iniciativa nacional “e-business para Pymes” fue del 05/07/2000 al 30/06/2001. El programa tuvo una muy buena acogida por parte de las empresas del Estado de Brandenburgo.

¿Qué distingue a la iniciativa como una buena práctica?

El programa tuvo una gran utilización por parte de empresas del estado de Brandenburgo. Además del objetivo de la iniciativa, que ha tenido una valoración muy positiva por parte de los emprendedores, las innovaciones desarrolladas pueden transferirse a otras pequeñas empresas y puede ayudar a hacer del e-business algo más común y útil para las Pymes. Otro aspecto positivo fue el proceso sencillo para la petición de dinero por parte de los emprendedores.

¿Es transferible la Iniciativa?

Una Iniciativa como esta puede implementarse en cualquier parte. Un factor importante es la correspondiente estructura de apoyo regional (ayudas, subvenciones,..) de un país.

Nombre de la Iniciativa: Fundación por la Innovación en Hamburgo (Innovation Foundation Hamburg)

Organismo Público responsable

La ciudad de Hamburgo

Descripción de la Iniciativa

La ciudad de Hamburgo estableció la Fundación por la Innovación en el año 1996 para administrar el fondo por la innovación de la ciudad. Con él, se apoyan las innovaciones técnicas surgidas en las Pymes. Parte de este apoyo apunta especialmente a empresas que ofrecen trabajos artesanales cualificados. El Fondo respalda los costes de desarrollo técnico tanto para procesos de trabajo como en innovación del producto. Un criterio importante para la asistencia es que la propuesta es un producto nuevo o sustancialmente mejorado. El Fondo por la Innovación posee consultores para ayudar a las empresas a acometer el proceso completo de solicitud de apoyo financiero. El primer paso consiste en analizar las probabilidades del desarrollo propuesto en la empresa. Después, deben proporcionarse los costes estimados más las valoraciones de marketing. Finalmente, un Comité se encarga de decidir si es necesaria la ayuda y en qué medida. Si una empresa genera beneficio del desarrollo, existe una norma de reembolso vinculada con la asistencia.

Un ejemplo de empresa de artesanía cualificada que percibió ayudas de la fundación es una empresa instaladora de calefacción. El problema residía en la administración de funciones de mantenimiento. Gran cantidad de datos tuvieron que ser analizados, recopilados y procesados en la factura junto con los procedimientos de administración normal. Como solución, esta empresa adoptó software para el proceso completo de orden y equipó su mecanismo con PDAs en los que este software es compatible. Con esta solución se produce una única entrada de datos, el resto se procesa automáticamente.

La inversión necesaria para esta automatización hubiera sido en general demasiado grande para esta empresa. Sólo con la ayuda de la subvención (50% de los costes) fue posible. Ahora la empresa está buscando el vender su innovación a otras empresas instaladoras.

Duración de la Iniciativa

La Fundación por la Innovación se estableció en 1996. La base es la ley de Asistencia a Pymes de 1979. El Fondo por la Innovación ha existido desde entonces.

Grupos Diana

Pymes, en especial empresas de Hamburgo de artesanía cualificada.

Áreas del e-business a las que dirigirse

Las innovaciones son posibles en todas las áreas del e-business

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Cada proyecto puede percibir hasta el 50% de la cantidad a invertir con un máximo de 12.500€. Si la empresa consigue beneficios de la inversión por innovación, existen unas normas de reembolso de la asistencia financiera (partes de ella). Cada año la Fundación por la Innovación apoya aproximadamente 20 desarrollos con 1.5 millones. Desde su

establecimiento se han pagado un total de 28 millones €, correspondientes a una media del 36% del total de los costes de desarrollo técnico de las empresas asistidas.

Criterios de participación

Proyectos que conducen a nuevos productos o servicios nuevos y/o sustancialmente mejorados. Se hace especial hincapié en la innovación técnica.

Evaluación

Hasta ahora 300 empresas han recibido ayuda financiera. De los 28 millones € proporcionados hasta ahora, 2 millones de € se han reembolsado. Hasta ahora se han promocionado muchas empresas de artesanía cualificada de distinta índole con grandes innovaciones técnicas diferenciadas. El único factor negativo es que los requisitos de solicitud son bastante elevados. Incluso con la ayuda de asesores de la Fundación y la Cámara de artesanía cualificada la solicitud ocupa bastante tiempo. Es complicado solicitar la cantidad adecuada de dinero debido a la norma de reembolso en caso de éxito comercial.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

Las empresas de artesanía obtienen una asistencia financiera sustancial por sus innovaciones por parte de su Fundación, la promoción es lo suficientemente significativa como para provocar cambios reales dentro de una empresa. Las innovaciones desarrolladas pueden venderse o transferirse a otras pequeñas empresas y con ello ayudar a hacer del e-business algo más común y útil para las Pymes.

¿Es transferible la iniciativa?

Aparte del dinero de la ayuda, se necesitan uno o dos consultores para asistir a las empresas artesanas con la financiación y planificación para la solicitud y apoyo durante el proyecto. También es necesaria una Comisión (voluntaria) para juzgar las solicitudes. Bajo estas condiciones, una iniciativa como esta puede implementarse en cualquier lugar.

Nombre de la Iniciativa: Crafts Test (Handwerk Test)

Organización Pública responsable

Cámara de Hamburgo de artesanía cualificada y pequeña empresa

Descripción de la Iniciativa

El Crafts Test se desarrolló para potenciar la calidad de las presentaciones de las empresas artesanas a sus clientes potenciales. Es una página de Internet en la que casi todas las 14000 empresas artesanas de Hamburgo incluidas en el registro de artesanía se presentan. Las empresas son puestas ahí automáticamente por la Cámara a menos que ellas se nieguen. Además de datos de contacto esenciales y horarios de apertura, esta plataforma ofrece a las empresas la posibilidad de promocionarse ellas mismas ofreciendo información adicional orientada al cliente. Existe la posibilidad de incluir una foto, un enlace a la página principal de la empresa, una descripción de todos los

servicios que se ofrecen, facilidades de pago, etc. Los clientes potenciales pueden seleccionar en línea una empresa que se adapte a sus necesidades por medio de los criterios de búsqueda que ellos elijan.

Una característica especial del sitio web es la de ofrecer un sistema de benchmarking similar al del ya famoso eBay: Los clientes otorgan de 1 a 5 estrellas para cinco criterios distintos tales como satisfacción general, relación calidad-precio y servicio. Este baremo aparece en la página web y es visible para todos. Casi todas las empresas participan en este sistema de evaluación.

Las ventajas para el cliente son claras: Les proporciona de un modo sencillo una visión general de las distintas empresas. Al mismo tiempo, las empresas obtienen una mejor accesibilidad a sus clientes. La visita a la página web incentiva a las empresas a mejorar su apariencia en Internet y distinguirse de entre las demás a través de servicios especiales.

La selección de la empresa adecuada es fiable, y los clientes pueden encontrarla más fácilmente. Las empresas de artesanía reciben una respuesta directa por parte del cliente- un incentivo para alcanzar la máxima calidad. La entrada a la página web del Craft Test es a la vez un estímulo para mejorar la propia apariencia en Internet y distinguirse ofreciendo servicios especiales.

Duración de la Iniciativa

La iniciativa comenzó en octubre de 2006.

Grupos Diana

El sitio web va dirigido a todas las empresas de artesanía de Hamburgo y sus clientes.

Áreas del e-business a las que dirigirse

El objetivo es que las empresas del sector artesano ganen clientes a través de Internet (comercio electrónico)

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

No existe promoción externa. Los costes internos por hosting y mantenimiento de la página web todavía no se conocen.

Criterios de participación

Las empresas artesanas deben estar en Hamburgo y estar inscritas en el registro de artesanía. El acceso a la página web es libre para todos. Solamente es necesario registrarse por motivos de valoración de las distintas empresas.

Evaluación

Casi todas las 14.000 empresas miembro de la Cámara de artesanía cualificada de Hamburgo se presentan en la página web. Para una optimización más extensiva, actualmente se lleva a cabo una evaluación del Crafts Test. El objetivo es el de aumentar continuamente el número de visitas en una segunda fase.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

Todas las empresas artesanas de Hamburgo se enfrentan a la cuestión de su apariencia en Internet. De este modo se ven obligadas a pensar en estrategias de comercio electrónico: mediante qué servicios les gustaría desmarcarse, qué clase de foto o descripción dan una buena impresión. Para los clientes particulares el Crafts Test reduce la capacidad restrictiva de contacto con empresas de artesanía desconocidas. El proyecto es a la vez un medio de promoción para las empresas y un primer paso hacia el comercio electrónico.

¿Es la iniciativa transferible?

Una condición importante es la de un acceso a Internet suficiente en la región y una presencia aceptable de empresas registradas. En estas circunstancias, el proyecto es transferible con unos costes relativamente bajos en cualquier parte.

Nombre de la Iniciativa: b-online- Baja Sajonia en el apoyo al comercio electrónico

Organización Pública responsable

Agencia Tecnológica de Baja Sajonia . Cámara de Industria y Comercio. Brunswick, Hanover, Frisia del Este, Luneburgo, Wolfsburgo, Oldenburgo y Stade. Cámara de artesanía cualificada de Luneburgo-Stade, Oldenburgo y Osnabrück.

Descripción de la Iniciativa

Para evitar el aislamiento de las Pymes a la hora de incorporarse al rápido desarrollo de las tecnologías en Internet, el gobierno de Baja Sajonia inició el proyecto en la primera mitad del año 2000.

La esencia de la iniciativa b-online era la de una red de contactos de siete centros locales en Baja Sajonia, llamado “b-online junctions”, establecido en Cámaras de Comercio e Industria locales y las Cámaras de artesanía cualificada. Cada uno de estos centros se construyó y funcionó a nivel local. En cada uno de ellos la iniciativa emplea consultores b-online, quienes proporcionan asistencia práctica en términos de evaluación de las necesidades de las Pymes en Internet/comercio electrónico en su área local, y en términos de apoyo a su implementación.

Una función adicional de la iniciativa era la de apoyar proyectos-prueba. Una buena práctica proveniente de un proyecto-prueba es la del llamado DMS-Dubbels-Maschinenbau-Stade GMBH. La empresa desarrolló una aplicación para controlar la producción por medio de Internet. Baja Sajonia apoyó el proyecto con una dotación adicional de 174.000€.

La iniciativa acabó a finales del año 2005.

Duración de la Iniciativa

La Iniciativa comenzó en el año 2000 y hubiera tenido que acabar a finales del año 2002. Pero debido a su éxito, b-online se prolongó dos veces hasta finales del año 2005.

Grupos Diana

Pymes (comercio, industria, artesanía). Proveedores de servicios TI.

Áreas de e-business a las que dirigirse.

- Comercio electrónico
- Firma electrónica
- Seguridad

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Las micro-empresas fueron subvencionadas indirectamente. Obtuvieron asesoramiento gratuito y acceso libre a los eventos. En cuanto a apoyo de proyectos-prueba. (25%-50% de los costes del proyecto).

Criterios de Participación

- Asesoramiento: miembros de las Cámaras participantes
- Eventos tales como seminarios y talleres: miembros de las Cámaras participantes.

Evaluación

- E-business policy Group: “ Benchmarking nacional políticas en e-business para Pymes”
- MR&C Marketing Research & Service GMBH: Estudio sobre las iniciativas regionales en e-business en Alemania.
- La iniciativa b-online se evaluó, además, de forma interna.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

Las Cámaras de Industria, Comercio y artesanía cualificada de Baja Sajonia apoyaron la iniciativa b-online. La iniciativa instaló siete “b- online junctions” (Knotenpunkte), donde las empresas obtuvieron asesoramiento objetivo gratuito, información sobre comercio electrónico y e-business en eventos y talleres de libre acceso y ayuda para obtener apoyo financiero para proyectos en e-business. Fue la primera vez que todas las Cámaras en Baja Sajonia trabajaban conjuntamente en estrecha colaboración. Éste fue el principal motivo por el que el E-Policy Group declara la iniciativa como un modelo de éxito en el apoyo a las Pymes.

La ayuda del Gobierno en materia de asesores y eventos para la duración total: 2.500.000€. Asesoramiento durante su duración: Cerca de 1.500 empresas obtuvieron asesoramiento gratuito durante el período de ayuda. Eventos y talleres: 730 eventos y talleres con más de 27.000 asistentes durante el período operacional.

¿Es la Iniciativa transferible?

Dado su bajo coste (basado en la duración sólo 500.000€ por año para administración, asesoramiento y organización de eventos) y sus efectos (1.500 consultas, 730 eventos con más de 27.000 asistentes) b-online se ha perfilado como un muy buen proyecto para la implementación de proyectos en e-business en otras regiones.

Nombre de la Iniciativa: Web-Check (Handweck-Check)
--

Organismo público responsable

Cámara de artesanía cualificada Luneburgo-Stade y Oldenburgo (2001-2002)
b-online (2002)
handwerk.de/ZDH (2002-2003).

Descripción de la Iniciativa

El proyecto “Handwerk-Check” se dirigió a las empresas artesanales, las cuales querían tener su propio sitio web revisado por expertos en web en términos de estructura, navegación de menú, diseño y requisitos legales. Los sitios web se revisaron mediante los siguientes criterios:

- Grupo diana al que se dirige (concepto)
- Presentación de la empresa (concepto)
- Beneficios adicionales para los clientes (concepto)
- Imagen del sitio web (visualidad)
- CI/CD (visualidad)
- Calidad de las imágenes (visualidad)
- Menú de navegación y orientación al usuario
- Información de contacto (contenido)
- Actualización (contenido)
- Diálogo con el cliente
- Tiempo de carga (tecnicidad)
- Optimización de motores de búsqueda (tecnicidad)
- Impressum (requisitos legales)
- Cláusula de exención de responsabilidad (requisitos legales)
- Protección de datos (requisitos legales)
- Impresión general

Después de la comprobación, la empresa recibía un informe detallado con los índices de desarrollo potencial.

Duración de la Iniciativa

El proyecto comenzó en el 2001/2002 dentro de las Cámaras de artesanía cualificada de Luneburgo-Stade y Oldenburgo. Después de la fase piloto el “Handwerk-Check” era una oferta permanente en la plataforma handwerk.de/ZDH.

Grupos Diana

Pymes (comercio, artesanía e industria)
Proveedores de servicios IT.

Areas de servicio a las que dirigirse

Comercio electrónico

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Las empresas de artesanía fueron subvencionadas indirectamente.

Criterios de participación

Miembros de las Cámaras participantes.

Evaluación

Durante el proyecto, más de 500 Pymes del sector oficios utilizaron la posibilidad de obtener índices detallados para optimizar los negocios de sus sitios web. El proyecto se evaluó además de forma interna.

¿Qué distingue la Iniciativa como una buena práctica?

Por varias razones, el proyecto “Handwerk-Check” es una buena práctica:

- Es una herramienta muy útil en la identificación de usuarios activos. La identificación de este potencial es de gran provecho para futuras actividades.
- La asignación de esta herramienta crea para sus miembros un beneficio adicional y le ayuda a aumentar la fidelidad de su cliente.
- La asignación del “Handwerk-Check” es muy económica. Si se encarga un diseño web a un proveedor de servicios, una revisión tiene un coste de unos 60€. En el caso de hacer uno mismo la comprobación, no hay costes adicionales para ésta.

¿Es la Iniciativa transferible?

Después de un breve plazo de producción, el proyecto Handwerk-Check puede implementarlo cualquier institución interesada en ello.

El tiempo total del proyecto, desde su planificación hasta su conclusión, sólo lleva unos 4-5 meses. Incluye la planificación del proyecto, el marketing, los procedimientos de comprobación y la conclusión del proyecto.

Eslovenia

En Eslovenia existen muchas iniciativas que mejoran las condiciones de los servicios electrónicos y e-business para los emprendedores. La mayoría de organizaciones, que trabajan en el campo de apoyo al medioambiente para emprendedores, han desarrollado sus propias soluciones electrónicas. Es complicado especificar cuáles son realmente las mejores prácticas, ya que son muy útiles y orientadas a un manejo fácil. El principal problema es que los emprendedores no utilizan muy a menudo soluciones debido a su falta de conocimientos en Internet, o ni siquiera saben de la existencia de estas soluciones.

Dos ejemplos de buenas prácticas, que se presentan en este manual, se escogieron por su cariz de ayuda a los emprendedores, independientemente del campo en el que operan, y por ahorrarles tiempo y dinero. Ambas son un tipo de servicio. La primera mejor práctica escogida ayuda a los futuros emprendedores a registrar su propia empresa de forma rápida y sencilla a través de Internet, sin ningún tipo de traba administrativa. Y la segunda, ayuda a los emprendedores a solucionar sus problemas diarios, también a través de un portal web.

Ambas soluciones son interactivas, entendiendo con ello que proporcionan a los emprendedores toda la documentación legal y plantillas necesarias, así como regulaciones, estatutos, etc, que son norma sine qua non en cualquier tipo de operación empresarial. Además, son de fácil manejo, accesibles las 24 horas y más económicas que en el mercado.

Nombre de la Iniciativa: e-VEM portal estatal empresarial (one-stop-shop) (state portal for business users)

Organismo Público responsable

Ministerio de la Administración Pública

Descripción de la Iniciativa

El Ministerio de la Administración Pública estableció un portal estatal para los negocios llamado e-VEM (<http://evem.gov.si>), que se publicó el 1 de julio de 2005. El portal proporciona servicios sencillos, de fácil manejo, alcanzables y seguros, a los que se puede acceder por medio de Internet en cualquier momento y desde cualquier lugar. Permite al futuro emprendedor inscribirse en el Registro Empresarial Esloveno y pasar la información a la Agencia Tributaria, solicitar ellos mismos y otros miembros familiares seguros médicos obligatorios al Instituto de Seguros Médicos de Eslovenia, cambiar datos, retirar la actividad propia del Registro Empresarial esloveno o solicitar información sobre otro emprendedor. A todos estos servicios se puede acceder desde casa mediante la utilización de certificados digitales proporcionado por una de las autoridades certificadoras de la República Eslovena, o de forma presencial en cualquiera de los más de 200 puntos VEM en Eslovenia. Todos los servicios son libres de cargo. En el año 2007 el sistema e-VEM se extenderá para facilitar el registro de otros tipos de empresa (S.A.R.L., Sociedades de responsabilidad ilimitada). Esto permitirá a los futuros emprendedores a completar todos los formalismos necesarios para establecer una empresa en un determinado lugar.

Duración de la Iniciativa

El servicio web se publicó en julio del 2005. El servicio web se actualizará en el 2007 para otros tipos de empresas.

Grupos Diana

Trabajadores por cuenta propia (Pymes)

Areas de e-business a las que dirigirse

Todas

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

El proyecto se financió al 100% por el Ministerio de la Administración Pública. Un aumento será financiado por los Fondos Estructurales. Los costes hasta ahora han sido de 200.000€

Criterios de participación

El portal web está abierto a todo tipo de usuario.

Evaluación

El portal proporciona información de la Administración Pública orientada al usuario, accesible las 24 horas. Dado su carácter de fácil manejo e inmediatez, ya se han podido apreciar los buenos resultados. El crecimiento en nuevos emprendedores por cuenta propia es de un 21% respecto al año pasado y hay un 6% de todas las nuevas inscripciones que se realizaron a través de la web. En todos los demás casos, la inscripción se realizó a través de los puntos de acceso e-VEM.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

El proyecto presenta múltiples beneficios. Los futuros emprendedores pueden efectuar en un solo día, y mediante la web o uno de los puntos de acceso presenciales, el registro y todos los procedimientos administrativos necesarios. Por ello, el ahorro para los ciudadanos eslovenos se estima en unos 750.000€ al año. Este ahorro será aun mayor cuando el sitio web (la aplicación) facilite la inscripción de otro tipo de empresas.

¿Es la Iniciativa transferible?

Una iniciativa como ésta puede implementarse en cualquier parte. Para su realización debe existir un fuerte compromiso político, ya que todos los procedimientos reguladores se rigen por ley.

Nombre de la Iniciativa: Servicio web de consultoría (Web consulting service)
--

<http://ww.ozs.si/svetovanje>

Organismo público responsable

Cámara de Oficios de Eslovenia

Descripción de la Iniciativa

El portal web de la Cámara ha integrado un servicio web, el cual garantiza el acceso a conocimientos específicos de distintas áreas de negocio. La aplicación permite a las Pymes eslovenas un rápido y sencillo acceso a soluciones para sus problemas, así como respuestas a sus preguntas.

La aplicación web contiene una base de datos con cientos de respuestas, artículos y buenas prácticas, que se estructuran en 10 campos diferentes (impuestos, asuntos medioambientales, leyes del trabajador, cuestiones económicas, legislación técnica, etc) y se puede acceder a ella libre de cargos.

Las bases de datos también se incrementan con “formularios electrónicos inteligentes”. La utilización de éstos permiten a los usuarios, a parte de obtener todos los conocimientos necesarios y respuestas a sus preguntas, el hecho de crear sus propios documentos, tales como varios contratos, regulaciones, presentaciones, notas, etc.

Duración de la Iniciativa

El servicio web se creó en el 2004. El servicio web se actualiza diariamente mediante consulta a centro de la Cámara de oficios de Eslovenia.

Grupos Diana

Pymes

Areas de E-Business a las que dirigirse

Todas

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

El proyecto está financiado por la Cámara de Oficios de Eslovenia. La utilización de la base de datos es gratuita; el uso de “ formularios electrónicos inteligentes” lo deben pagar los usuarios. Los costes por realización de documento son hasta diez veces más bajos que en el mercado de precios.

Criterios de participación

El servicio web está abierto a todos los usuarios.

Evaluación

Los resultados de la investigación interna han revelado un gran nivel de satisfacción entre los usuarios. Hasta la fecha, más de 1.500 empresas han utilizado la aplicación web. Se realizaron más de 25.000 visitas al sitio web.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

La aplicación web es una herramienta útil que permite servicios accesibles y durante las 24 horas a las Pymes. La aplicación proporciona a las Pymes asesoramiento en línea sobre distintos campos, necesarios para la actividad de éstas. Se puede acceder a la aplicación en cualquier momento y es gratuita para todas las Pymes interesadas en encontrar soluciones para sus problemas prácticos. Los “formularios electrónicos inteligentes” son también una herramienta muy útil y económica, si lo comparamos con los precios que los emprendedores deben pagar en el mercado.

¿Es la Iniciativa transferible?

Una iniciativa como esta puede implementarse en cualquier parte, pero para poder actualizar las bases de datos son necesarios al menos diez asesores que diariamente amplíen y estén pendientes de las bases de datos. La aplicación para los “formularios electrónicos inteligentes” no es técnicamente demasiado exigente, pero deben crearse por expertos muy cualificados en campos determinados.

Valencia/España

Muchas de las empresas de la región valenciana ofrecen sus productos por Internet para así proporcionar una imagen dinámica y actualizada, y captar nuevos clientes. Actualmente, existen muchas Pymes que no tratan con este tema debido a que sus productos o servicios no están preparados para afrontar esta herramienta de negocio. Cabe resaltar que más de un 22% de estas empresas realizan sus compras por Internet. Muchos de los productos adquiridos por este medio guardan relación con equipamiento de oficina y recursos humanos (41%) mientras que la compra de equipación informática (software y PCs), representa un 36%. Las principales ventajas para estas empresas que usan Internet están relacionadas con la comodidad (81.7%) aunque parece ser que la flexibilidad horaria (40.7%) y los procesos empresariales rápidos (26.1%) también guardan relación con este uso.

El comercio electrónico, entendiendo como tal la compra y venta mediante Internet, implica una revolución importante en cuanto a los negocios, debido a que no sólo es una nueva forma de crear negocio sino también una importante fuente de productiva y competitiva.

Las principales dificultades de la artesanía valenciana vienen de la desaparición de los trabajos artesanales, como consecuencia del flujo de trabajadores a la industria. Al mismo tiempo, se ha detectado falta de comunicación y asociacionismo entre las pequeñas empresas de artesanía. Sería más sencillo defender sus derechos como empresarios y hacer extensible el conocimiento de sus productos basándose en el asociacionismo empresarial.

De todos modos, se sabe de la existencia en la demanda de productos de calidad, pero no hay canal de distribución fijo y estable para ellos. Existen los clientes potenciales, pero muchos de ellos no pueden acceder a estos productos artesanales por no encontrar una vía de contacto.

En consecuencia, se crea una falta de confianza en la viabilidad para los negocios relacionados con la artesanía. La gente al cargo de este tipo de empresa no creen en sus propios productos porque en realidad no saben cómo crear un canal de distribución adecuado.

Al mismo tiempo, no existe una integración de las nuevas tecnologías, lo cual significa más dificultades a la hora de conseguir un sentimiento de comunidad y autoconfianza.

Los dos ejemplos siguientes muestran las ventajas de tener iniciativas destinadas directamente a la mejora en la coordinación de las empresas mediante la implementación de nuevas tecnologías. Uno de ellos está relacionado con la inversión en nuevos productos, procesos o servicios innovadores, mientras que el otro está relacionado con la adquisición de conocimiento en nuevas tecnologías con el objetivo de aplicarlos y, de este modo ahorrar costes.

Nombre de la Iniciativa: Programa de Desarrollo Tecnológico e Innovación

Organismo Público Responsable

El Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA, www.impiva.es). Un organismo público creado en 1984 por la Generalitat Valenciana. El objetivo de la institución es la de fomentar y mejorar la competitividad y productividad centrándose en factores clave, relevantes para el proceso de innovación en las Pymes. La infraestructura de apoyo técnico y empresarial comprende 14 Institutos Tecnológicos, 4 Centros Europeos Empresariales (CEE), redes de contactos nacionales e internacionales y 3 delegaciones de propiedad intelectual.

Descripción de la Iniciativa

Esta iniciativa contiene proyectos emprendedores de desarrollo tecnológico para la obtención de productos, servicios o procesos de innovación tecnológicamente mejores que los existentes en la región valenciana. Pueden ser dos acciones: Proyectos emprendedores individuales(1) o Cooperación con Centros de Investigación(2).

Proyecto desarrollado en cooperación con centros de investigación(2):

www.infometal.com: Proyecto para llevar actividades comerciales en el sector de la maquinaria mecánica. Es una herramienta gratuita en comercio electrónico y e-business creada por el Instituto Tecnológico Metalmecánico (AIMME) para Pymes asociadas con los siguientes stakeholders:

- AIMME- Instituto Tecnológico Metalmecánico (Valencia)
- ACLUMEX- Clúster de Metalmecánica de Extremadura (Badajoz)
- ADECA- Asociación de Empresarios de Campollano (Albacete)
- AIAS- Asociación de Industrias de acabados de superficies (Barcelona)
- ARVET- Agrupación de Exportadores de Transformados (Valencia).
- ASEAMAC- Asociación Española para Alquiladores de Maquinaria para la Construcción e Industria sin Operador (Madrid).
- ASESAN- Asociación Española de Anodizadores. (Madrid)
- FEMEVAL- Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana (Valencia).
- FEMPA- Federación de Empresarios del metal de la provincia de Alicante (Alicante).
- UPEM- Unión Provincial de la empresa del metal (Castellón)

Actualmente existen 7.058 empresas asociadas de las que 1.174 se han registrado en el sitio web para contribuir con información práctica sobre la oferta y demanda comercial y de maquinaria, directorios, catálogos, noticias, empleo, programas de formación, ferias de muestras, etc.

A través de esta Web, las empresas añaden información sobre el sector del metal y las asociaciones preparan y coordinan esta información.

Duración de la Iniciativa

La Convocatoria de esta iniciativa es anual, disponibles durante el período 2001-2006.

Grupos Diana

Pymes, asociaciones comerciales, industriales y empresariales, Institutos Tecnológicos, Cámaras de Comercio, asociaciones artesanales, etc sitas en la región Valenciana.

Áreas del E-Business a las que dirigirse:

E-business y comercio electrónico.

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Línea presupuestaria:

- Para proyectos emprendedores de carácter individual (1), hasta el 45% de los costes elegibles.
- Para proyectos de cooperación con centros de investigación (2), hasta el 45% de los costes elegibles correspondientes a la empresa y hasta el 70% de los costes para los centros de investigación.

Tipo de co-financiación

- Para la categoría 1, hasta el 55% de los costes elegibles.
- Para la categoría 2, hasta el 55% de los costes elegibles correspondientes para la empresa y hasta el 30% para los centros de investigación.

Criterios de participación

Entidades con domicilio en la región Valenciana

Evaluación

El equipo del IMPIVA lleva a cabo inspecciones para comprobar que las iniciativas han comenzado. El período más beneficioso fue el del 2002-2003, donde participaron 277 agentes, de los cuales:

- 14 Institutos Tecnológicos (metalmecánicos, alimenticios, del transporte, industria química, cerámica, textil, del calzado, del papel, del mueble, de material de construcción, juguetera, informática)
- 9 asociaciones locales comerciales
- 229 Gremios empresariales y artesanos, asociaciones, confederaciones a nivel local y regional.
- 14 Fundaciones de desarrollo empresarial.
- 1 Universidad de Elche (Provincia de Alicante- Región de Valencia)
- 1 Cooperativa Industrial hotelera
- 5 Cámaras de Comercio (Castellón, Valencia, Alicante, Orihuela, Alcoy)
- 4 CEEI (centros europeos de empresa e innovación) (Alcoy, Valencia, Elche)

¿Qué distingue la Iniciativa como una buena práctica?

Por una parte, esta iniciativa hace hincapié en el propósito de facilitar los procedimientos a los usuarios (El técnico del IMPIVA rellena los informes, evita la presentación de documentación que pudiera obtenerse mediante otros departamentos públicos...)

Además, los stakeholders agradecen especialmente el esfuerzo por eliminar el vacío existente entre los centros de investigación y la pequeña y mediana empresa, fomentando los proyectos de cooperación entre ellos.

¿Es la Iniciativa transferible?

Esta iniciativa se lleva a cabo anualmente. En este sentido el IMPIVA posee una dilatada experiencia y gran variedad de entidades de un tipo y sectores de actividades que permitan una retroalimentación dentro de una misma rama.

Nombre de la Iniciativa: Taller de formación de Certificado Digital, factura y firma electrónica para empresas.

<http://www.camarascv.org>

Organismo público responsable

Cámaras de Comercio de la región Valenciana, financiadas por la Conselleria de Economía, Educación y Ciencia

Descripción de la Iniciativa

El objetivo es el de conducir y apoyar el uso de la certificación digital, firma y facturación electrónica para las empresas. Los certificados digitales garantizan la identidad y habilidades de la plantilla y la posibilidad de trabajar sin riesgos. Este tipo de lección se lleva a cabo durante 4 horas y el máximo de alumnos por clase es de 12. En este sentido, cada alumno dispone de un ordenador para que puedan aplicar los conocimientos teóricos.

Hay cinco tipos de materias: Internet básico, certificados digitales, firma digital, aplicaciones web y sistemas de seguridad de la información. Al final del período de formación los empresarios obtienen un certificado digital. Con estos conocimientos, los alumnos están perfectamente capacitados para obtener su propio certificado y firma electrónicos.

Ejemplo

Ejemplo de empresas que participan en este programa:

Una empresa dedicada a la producción de plástico, con menos de 20 trabajadores, solicita formar parte en las actividades de formación relacionadas con la innovación tecnológica en la empresa, en el año 2006. Con anterioridad, el negocio no había utilizado herramientas como el certificado digital, la firma o factura electrónicas.

De este modo, algunos de los trabajadores de esta empresa tomaron parte en el programa de formación y aprendieron conceptos sobre la factura y firma electrónica, así como de la certificados digitales. En la actualidad son capaces de autenticar electrónicamente la identidad del usuario, efectuar procedimientos electrónicos ante la Agencia Tributaria, la Seguridad Social, las Cámaras de Comercio y otros organismos públicos, así como trabajar con facturas electrónicas, firmar correos electrónicos digitalmente y todo tipo de documentación y codificación de datos para que sólo el receptor de la documentación pueda acceder a su contenido.

¿Qué es un certificado digital?

Un certificado digital es el equivalente electrónico de un documento de identidad que nos permite identificarnos a nosotros mismos, firmar y codificar documentación y mensajes electrónicamente, garantizando la integridad de la información transmitida y su origen, a la par que detectar cualquier manipulación que estos datos hubieran podido sufrir.

Sus principales aplicaciones son:

- Autenticar electrónicamente la identidad del usuario
- Efectuar procedimientos electrónicos ante la Agencia Tributaria, la Seguridad Social, las Cámaras de Comercio y otras organizaciones públicas.
- Trabajar con facturas electrónicas.
- Firmar de forma digital correos electrónicos y todo tipo de documentación.
- Codificar datos de manera que el receptor en cuestión pueda acceder a su contenido.

Garantías del certificado digital

La validez de un certificado como un elemento de seguridad se basa en cuatro pilares fundamentales:

1) Autenticar

Esto garantiza que el emisor del mensaje realmente es quien dice ser, ya que la clave de acceso utilizada para firmar un correo electrónico se corresponde de manera infalible a una clave de acceso pública, asociada a un certificado digital con los datos del titular de las claves de acceso.

2) Integridad de la Transacción

Para demostrar que el mensaje que el emisor escribió no se manipula durante “el envío”, ya que la más mínima manipulación será evidente para el receptor.

3) Confidencialidad

Los certificados digitales se caracterizan porque sólo el emisor y el receptor pueden compartir la información en cuestión.

4) Imposibilidad de negación

El receptor puede estar seguro de que el emisor no podrá negar quién es el que envía el mensaje, ya que éste es el único que conoce la clave de acceso para la firma.

Tipos de certificado digital

De este modo, los certificados digitales pueden clasificarse en tres grupos principales, en función de quién lo solicita:

Certificados Personales: Emitidos por personas que actúan en su propio nombre

Certificados de personas jurídicas: Emitidos a empresas o entidades para llevar a cabo trámites burocráticos principalmente para impuestos y contribuciones, una persona que está autorizada a contratar y asociar una persona jurídica tiene la custodia del certificado digital.

Certificado de servidor seguro: Emitido al servidor que proporciona acceso a las páginas web para que el visitante pueda comprobar que está intercambiando datos con el proveedor auténtico, y no con un hacker que intenta apropiarse de la identidad.

¿Qué son una factura y firma electrónicas?

Una factura electrónica es un documento que contiene todos los datos que normalmente aparecen en una factura convencional, pero que está firmada electrónicamente. Por tanto, la firma electrónica se convierte en la condición indispensable para este tipo de documento. Esta firma electrónica garantiza que el emisor es quien dice ser y que la información escrita no ha sido modificada después de firmar la factura electrónica (contenido verídico).

La puesta en marcha de este sistema es alcanzable para cualquier empresa, incluso Pymes: una empresa puede obtener con un bajo coste o incluso de manera gratuita un certificado digital que genere una firma electrónica. Además, la implantación de una plataforma para la factura electrónica no es necesaria. De todos modos, se requiere de un acuerdo entre las dos partes para poder funcionar con este sistema.

Principales ventajas

La factura electrónica representa para el empresario una evidente reducción en los costes, principalmente en los campos de impresión, manipulación y envío de facturas. Esta factura electrónica también representa una simplificación en todos los procesos de coordinación, ya que evita los errores que normalmente se derivan de la introducción manual de datos. Además, facilita la compilación de facturas.

La Asociación Española de Codificación Comercial considera que la implementación de la factura electrónica significa para las empresas españolas un ahorro de costes calculado en 18 millones de euros por año. Además, tenemos que tener en cuenta los costes de papel, que significan un ahorro de 6 millones de Euros al año.

Tenemos que tener en cuenta que una factura impresa cuesta aproximadamente 3 €, mientras que una factura electrónica tiene un coste de 0.03 €. En España se han realizado 1.4 millones de facturas por mes, el 40% de las que puede hacer una pequeña o mediana empresa.

Duración de la Iniciativa

Anualmente, desde el año 2005

Grupos Diana

Pymes, micro-empresas y trabajadores por cuenta propia.

Áreas del E-business a las que dirigirse

Seguridad en TI, e-business colectivo, comercio electrónico (factura electrónica), Seguridad en TI (firma electrónica)

Línea presupuestaria por cada pequeña empresa o artesano

Libre de cargos . Los costes se financian al 100%

Criterios de participación

Pymes, micro-empresas y trabajadores por cuenta propia con domicilio en la región Valenciana.

Evaluación

Durante el programa del 2006, se realizaron 121 eventos relacionados con la formación, en los que participaron 2.393 personas.

¿Qué distingue a la Iniciativa como una buena práctica?

Además de el objetivo de la Iniciativa, el cual ha sido valorado de forma positiva por los stakeholders debido a los beneficios que reporta, se establecen canales específicos en la formación de los usuarios (talleres) que hacen de la iniciativa una medida mucho más efectiva.

¿Es la Iniciativa transferible?

Esta iniciativa está perfectamente regulada y documentada por la organización convocante, lo que permite su rápida transferencia. Además, los cursos de formación se estructuran en relación con la información, la selección de usuarios, materiales, contenidos, profesorado y evaluación.