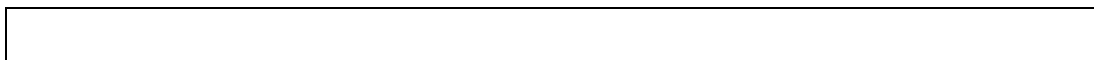


Proyecto E-Business for Cr@fts

Recomendaciones

Contenido



Un amplio número de servicios e iniciativas tanto públicas como privadas se han venido desarrollando en la Unión Europea a nivel nacional, regional y local para estimular el uso del e-business en el ámbito de las microempresas y la artesanía. De todos modos, la eficiencia de estas políticas puede potenciarse mediante las redes de contactos, el intercambio de buenas prácticas y la cooperación entre aquéllos con potestad para promulgar leyes y los proveedores de servicios en e-business. El Proyecto E-Business for Cr@fts, cofinanciado por la Dirección General de Empresa, tiene como objetivo precisamente esto. Nueve socios, pertenecientes a cuatro países de la Unión Europea e implicados en este proyecto revisaron las iniciativas llevadas a cabo en cada país, e intercambiaron las mejores prácticas en pro del desarrollo para mejores políticas y del fomento del e-business entre las microempresas y artesanos. En base a ello, preparan esta política de recomendaciones.

Recomendaciones

Alemania	4
Italia.....	6
España.....	8
Eslovenia.....	10

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 TIC y técnicas en E-Business es la principal vía para las Pymes hacia un aumento de sus posibilidades en los mercados globales.

En comparación con grandes empresas, muchas Pymes siguen en una situación de aislamiento con respecto al uso de Internet como herramienta de negocio eficiente. 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 sinergías entre políticas públicas de ayuda en e-business para Pymes”. Su objetivo es el de **intercambiar buenas prácticas** y desarrollar una política mejorada en e-business entre las autoridades locales y organizaciones artesanales, para fomentar el uso del e-business entre microempresas 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 microempresas y artesanos, y **concienciar a las Pymes** de la existencia de servicios locales y regionales relacionados con el apoyo al e-business.

Alemania

El problema básico para la fundación del proyecto en cuanto a soluciones en e-business para Pymes es que los Ministerios y otros organismos consideran ciertos aspectos técnicos como tecnológicamente muy avanzados. Sin embargo, sigue siendo una realidad que muchas pequeñas empresas, especialmente del sector artesanal, no hacen uso, realmente, de soluciones en e-business. Muchas empresas, incluso las más pequeñas, tienen acceso a Internet y PED (proceso electrónico de datos). El hardware, software y el acceso a Internet ya no suponen un problema. Aún así, muchas Pymes sólo hacen uso de la banca en línea, correo electrónico y a veces de Internet, para búsqueda de información. E incluso aunque muchas tienen página web, esto no significa necesariamente hacer e-business.

Al preguntarles los motivos, las empresas citan una falta de personal y de recursos financieros, incertidumbre con respecto al e-business y a la legislación en Internet, así como una falta general de conocimiento e información en cuanto a aplicaciones en e-business.

Para fomentar el uso eficiente de Internet y de la Tecnología de la Información en la pequeña empresa, deberían promoverse medidas de sensibilización hacia las Pymes y concienciarlas de los beneficios del e-business. Además, deberían potenciarse servicios de consulta, especializados en las necesidades de las Pymes, a la par que ampliar y focalizar más las iniciativas ya existentes y de eficacia probada, tales como EC-Net y sus centros de competencia regional.

En cuanto a acciones específicas, los siguientes temas se consideran de mayor interés para las Pymes:

- Apoyo y asesoramiento en cuanto a gestión básica del negocio. El e-business no funciona sin una gestión de empresa bien organizada, y las pequeñas empresas no siempre presentan una gestión de negocio estructurado, muchas lo hacen tan sólo por intuición.
- Apoyo y asesoramiento en cuanto a la elección y contratación de los proveedores de servicios. Esto no sólo se refiere a falta de información y transparencia en el mercado, sino que es una cuestión de tiempo y de recursos de personal.
- Apoyo en seguridad en Internet. Ej. Uso de software antivirus, firewall, tratamiento de Spam y uso de firmas electrónicas.
- Asistencia en la utilización de Internet para la contratación pública electrónica, gestión de la cadena de abastecimiento, CRM (gestión de relaciones con los clientes) y CMS(sistema de gestión de contenidos).
- Ayuda en la actuación de obligaciones gubernamentales para sitios web de empresa, ej. impressum y protección de la privacidad, y obligaciones para el comercio en línea.
- Ayuda en la elección de proveedores cualificados.
- Formación (individual) sobre cómo administrar aplicaciones de e-business tales como gestión de contenidos.
- Asesoramiento legal en cuanto a legislación en Internet.
- Interfaces simples y de fácil manejo.
- Concienciación acerca de los beneficios del e-business e información sobre pequeñas pero prácticas soluciones.

Alemania

Intermediarios tales como las Cámaras y los distintos cuerpos administrativos podrían servir como modelo y de este modo animar a las Pymes a usar aplicaciones en e-business si ellos mismos hacen uso de él. Ej. actividades de administración electrónica. Por una parte, los servicios de asesoramiento son mucho más creíbles si la propia oficina consultora hace uso del e-business. Por otra parte, si las empresas tienen que utilizar ciertas aplicaciones de Internet (p.ej. firma digital) para utilizar un servicio público, se acostumbran más a ello y con más probabilidad implementarán aplicaciones comparables ellos mismos. Para apoyar la aceptación de tales aplicaciones y desarrollos, las cámaras y las autoridades públicas necesitan ofrecer formación a Pymes, pero ellos mismos también deben formarse.

También recomendamos prestar atención a lo que acontece en otros Países Europeos. La adaptación y transferencia de iniciativas que son un éxito en un país, también pueden ayudar a promover la actividad en e-business en el propio país.

Liguria /Italia

Las acciones y programas de implementación para el comercio electrónico pueden dividirse en grandes áreas. La mayoría de ellas ya se han realizado, si bien es cierto que todavía queda mucho trabajo:

Mejora de una cultura en TI entre los agentes económicos:

Resulta estrictamente necesario la mejora de cursos para emprendedores. En este campo, se ha presentado un proyecto en colaboración con Unioncamere (la Asociación de Cámaras de Comercio) y de otras asociaciones comerciales tales como Confindustria y CNA. Estas organizaciones ya fomentaron la creación de una Red de Contactos Nacional para guiar y concienciar a los emprendedores, gracias a la campaña Nacional de concienciación y, sobre todo, con el establecimiento de cursos de formación en informática para 45.000 emprendedores,y con la creación de 100 centros de ayuda técnica y multimedia en las Cámaras de Comercio local y asociaciones comerciales. Es necesario mejorar la cultura en TI entre los agentes económicos.

Formación Profesional específica

La mejora de las clases de lengua inglesa y la formación en TI y en habilidades en Internet parecen ser varias de las necesidades más urgentes. Los cursos deberían organizarse en las propias Cámaras de Comercio y asociaciones comerciales o, cuando fuera necesario, en las escuelas públicas. Existen planes para introducir un sistema certificación profesional para el personal docente, el cual necesitará de formación. Todos los participantes podrían emplear una equipación completa en TI (PC, software, impresora), que será suya una vez hayan finalizado con éxito el curso.

Incentivos para las empresas

Incentivos para las Pymes por la creación y lanzamiento de portales para zonas concretas, líneas de producción y sectores.

Elaboración de nuevo software de gestión contra el fraude

Estimular el uso del pago electrónico vía Internet

Puesta en marcha de la Alta Tecnología

Mejorar las relaciones entre industria y las Universidades y estimular los hallazgos académicos.

Nuevos servicios de logística en línea

Crear nuevos servicios de apoyo para actividades de comercio electrónico, tales como campañas para incentivar el interés por las firmas digitales para manejar el desarrollo de las transacciones y la contratación pública electrónica.

Llevar a cabo la construcción de plataformas de logística integradas (centros multimodales, almacenes generales,etc).

Desgraciadamente, la realización de una economía de red de contactos en Italia sigue estando lejos de ser una realidad, pese a la clara intención de mejorarla.

En realidad, el comercio electrónico está creciendo dentro de las empresas de “vieja economía”. Las empresas italianas que hacen uso de Internet y de servicios electrónicos son casi el 90%, pero esto no significa que estén orientadas hacia el e-business.

El 70% de los sitios web se utilizan sólo como un medio de promoción, pero sólo el 20% de ellos ofrecen la posibilidad de encargar productos en línea, y el 13% aceptan pagos en línea con tarjeta de crédito.

La situación no es más alentadora en el sector de la artesanía y en el ámbito de las Pymes. Las empresas italianas parecen ser demasiado pequeñas como para orientarse hacia el e-business, al menos de momento, debido a la falta de conocimientos entre los emprendedores, dificultades en la inversión de dinero y recursos humanos.

Valencia/España

1.- Se han llevado a cabo varios proyectos europeos con el propósito de recopilar las buenas prácticas, en términos de apoyo al e-business. Por tanto, para preservar el carácter innovador de la iniciativa, conviene no perder de vista el propósito de centrar la búsqueda en el sector artesanal de forma particular.

2.- Las Pymes en general, y los artesanos en particular, piensan que las subvenciones procedentes de las instituciones públicas implican una gran carga burocrática y técnica que dificulta notablemente el acceso a estas subvenciones. Este problema se agudiza en zonas más rurales, donde la cultura de acceso a subvenciones es menor y donde el sector artesanal, sin embargo, representa un elemento importante para la regeneración económica del territorio.

3.- En relación con el punto anterior, también se ha señalado una falta de canales o entidades capaces de transmitir correctamente la información relacionada con subvenciones, así como de asistencia en los procedimientos a los posibles beneficiarios. Las organizaciones empresariales y sindicales deberían jugar un papel importante en este respecto.

4.- Aparte de la falta de este tipo de asistencia y de canales sostenibles de información, conviene añadir también la falta de una base sólida o formación de los artesanos que favorezca la adquisición del conocimiento, y el uso adecuado de las herramientas en e-business. Así que, muy a menudo, se anima a los usuarios a que las utilicen, sin haber sido preparados o informados previamente sobre el potencial de estas herramientas.

5.- Los stakeholders encargados de llevar a cabo la selección de las dos mejores prácticas coinciden en la conveniencia de haber tenido en cuenta indicadores de evaluación del impacto de cada iniciativa mucho más concretos. No obstante, y teniendo en cuenta que las acciones deben ser de una naturaleza demostrable en la que no se persigue, de momento, un impacto cuantitativo sino más bien cualitativo, los stakeholders consideran todas las iniciativas presentadas, y seleccionan como mejores prácticas las que se detallan a continuación:

- a) Nombre de la Iniciativa: Certificados Digitales para las empresas.

Motivo por el que se considera una buena práctica:

Además del objetivo de la iniciativa, que ha sido valorado positivamente por los stakeholders debido a los beneficios que implica, se establecen canales específicos (talleres) para la formación de los usuarios, haciendo de esta iniciativa una medida mucho más eficiente.

Transferibilidad de esta Iniciativa:

Esta iniciativa está perfectamente regulada y documentada por el organismo convocante, 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.

Valencia/España

b) Nombre de la Iniciativa: Programa de Desarrollo e Innovación Tecnológica

Motivo por el que se considera una buena práctica:

Por una parte, esta iniciativa realiza un esfuerzo con el objeto de facilitar los procedimientos a los usuarios (El técnico del IMPIVA se encarga de cumplimentar los informes)

Además, los stakeholders valoran especialmente el esfuerzo por eliminar el vacío existente entre los centros de investigación y las Pymes, incentivando los proyectos de cooperación entre ellos.

Transferibilidad de esta Iniciativa:

Esta iniciativa se viene realizando de forma anual. En este sentido, el IMPIVA posee una dilatada experiencia y un amplio número de entidades y sectores de actividad que permiten una retroalimentación entre sectores de una misma actividad.

6.- Finalmente, los stakeholders recomiendan que los proyectos que vayan a desarrollarse en un futuro dentro de la red llamada eBFC, tengan el objetivo de facilitar el acceso a la herramienta de formación en ebusiness dirigida a los artesanos.

Eslovenia

En base al análisis de las buenas prácticas, que fue una de las actividades básicas del proyecto E-Business for Craft, podemos ponderar que los casos escogidos como buenas prácticas en países concretos que participan en el proyecto, difieren entre ellos. Es necesario remarcar que en todos los países participantes se pueden encontrar proyectos similares de incentivación en el campo del ebusiness.

Eslovenia no se queda atrás en estos proyectos ni en la incentivación si la comparamos con otros países cooperantes. Podríamos decir incluso que Eslovenia los ha venido desarrollando a un mismo nivel, incluso mejor que, en este caso, otros países participantes en el proyecto.

Aparte de los hechos mencionados arriba, llegamos a la conclusión que nos gustaría hacérselas llegar a aquéllos en actividad dentro del campo de apoyo del E-business en la artesanía y el pequeño negocio.

Reunimos recomendaciones dentro de los siguientes grupos de contenidos:

1. Transparencia de los servicios e información de su existencia

Muchos artesanos y emprendedores desconocen la existencia de distintas posibilidades de acceso a registros, distintas herramientas, aplicaciones, programas, etc a través de los sitios web, capacitando de este modo a las empresas para entablar actividades empresariales con el Estado (Administración electrónica) y llevar a cabo distintos servicios administrativos. La consciencia de los artesanos y de las Pymes sobre estas posibilidades es muy baja, de modo que todavía queda un gran camino en la incentivación del uso de estas soluciones, en lo que a su presentación y promoción a los usuarios (artesanos y emprendedores) potenciales se refiere. La promoción debería realizarse sobre todo a nivel local, no sólo nacional.

2. Formación

A pesar de las soluciones disponibles en la web, es necesario subrayar que no sólo el acercamiento físico a Internet es suficiente, sino que además se deben poseer conocimientos informáticos. Principalmente son los artesanos, (a quienes este proyecto se dirige) quienes principalmente presentan este problema. Muchos de ellos se quedan atrás en comparación con la pequeña y mediana empresa, de modo que nos parece importante que también se haga especial hincapié en la formación de estos grupos diana. Sólo con esto, serán capaces de utilizar estos servicios en mayor medida.

Cada nuevo proyecto que representa un nuevo servicio en el campo del E-Business para las empresas debería enfatizar la necesidad en la formación del grupo diana, para la posterior utilización óptima de las soluciones ofrecidas por dicho proyecto.

3. Soluciones sencillas y de fácil manejo

En este campo se ha conseguido mucho, pero algunas de las soluciones ofrecidas no siguen este objetivo. Sugerimos que todas las soluciones (certificados digitales, facturas

electrónicas, etc) sean más sencillas en la medida de lo posible y de este modo, faciliten el acceso de aquellos con menos conocimientos en la materia.

4. Financiación del desarrollo de aplicaciones destinadas a microempresas

Sugerimos un mayor énfasis en la financiación del desarrollo de aplicaciones a desarrollar por empresas informáticas, sobre todo para las microempresas, ya que esta actividad y las forma de trabajo en estas empresas son específicos, a la vez que los conocimientos en informática son bajos para la mayoría.