



1er Estudio sobre Comercio Electrónico en Cataluña



CON EL PATROCINIO DE :

Medía
CONTACTS



Páginas Amarillas
Online

VISA ESPAÑA



eresMas

 **ecuality**
www.ecuality.com



kelkoo.com



CON LA COLABORACIÓN ESPECIAL DE:



1.- FICHA TÉCNICA

	EMPRESAS	USUARIOS
UNIVERSO	Empresas catalanas con más de 2 empleados de los sectores : Editorial, Medios de Comunicación, Informática, Servicios Financieros, Seguros; Automoción, Distribución, Gran Consumo y Servicios. 38.216 empresas	Personas mayores de 16 años con teléfono en sus hogares . 4.863.396 personas en total.
MUESTRA	334 empresas que se han distribuido en función del sector y número de trabajadores.	1060 personas que se han distribuido en función de la edad y sexo.
ERROR ESTADÍSTICO MÁXIMO	± 9,9%	± 5%
NIVEL DE CONFIANZA	95.5%	95.5%
DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL	p=q=50	p=q=50
ÁMBITO	Cataluña	Cataluña
SELECCIÓN	Aleatoria,	Aleatoria, a partir del listado de usuarios de la guía telefónica.
CUESTIONARIO	Estructurado	Estructurado
ENTREVISTA	Telefónica asistida por ordenador (CATI)	Telefónica asistida por ordenador (CATI)
TRABAJO DE CAMPO	Del 9 al 16 de mayo de 2000	Del 9 al 16 de mayo de 2000
REALIZACIÓN	SIGMA DOS	SIGMA DOS

Nota: la interpretación de este Estudio ,debe realizarse teniendo en cuenta el origen y características aquí detalladas sobre el Universo y Muestra en que están basados.

1.- FICHA TÉCNICA	3
2.-ESTUDIO EN CATALUÑA: EMPRESAS.....	7
2.1.- ¿ Tiene su empresa página web en Internet?.....	7
2.2.- ¿Qué tipo de presencia tiene en Internet?.....	7
2.3.- Presencia en Internet según número de empleados	8
2.4.- Objetivos de su página web	8
2.5.- De las empresas catalanas presentes en Internet, ¿cuantas realizan Comercio Electrónico?	9
2.6.- Razones por las que empezó a vender por Internet.....	9
2.7.- ¿Desde cuándo está vendiendo en Internet?	10
2.8.- ¿A quién dirige principalmente sus ventas en Internet?	10
2.9.- ¿Cuáles son las principales dificultades que su empresa ha encontrado para vender en Internet?.....	11
2.10.-¿Cuánto ha invertido en poner en marcha su Comercio Electrónico?	11
2.11.- ¿Qué tipo de publicidad realiza para potenciar sus ventas?.....	12
2.12.- Los precios de sus productos ofrecidos en Internet son....	12
2.13.- Aproximadamente, ¿cuánto ha ingresado por sus ventas en Internet el último año?.....	13
2.14.- ¿Cuál es la fórmula para la operación logística?	13
2.15.- ¿Quién realiza la operación logística?	14
2.16.- ¿Qué hace con los gastos de distribución?	14
2.17.- ¿Cuántos puestos de trabajo ha generado Internet en su empresa?.....	15
2.18.- ¿Por qué no tiene su empresa presencia en Internet?	16
2.19.- ¿Cuáles son las principales razones por las que su empresa no vende en Internet?.....	17
3.-ESTUDIO EN CATALUÑA: INDIVIDUOS.....	19
3.1.- Usuarios de Internet en Cataluña.....	19
3.2.- ¿Desde dónde se conecta principalmente?.....	19
3.3.- Razones por las que compra en Internet.....	20
3.4.-Barreras a la e-compra	20

3.5.- ¿Dónde encuentra los productos?.....	21
3.6.- Productos más comprados (top 10)	21
3.7.- Precio más caro del producto comprado	22
3.8.- ¿Ha tenido problemas en la compra por Internet?.....	22
3.9.- El producto que usted recibe, ¿le satisface?.....	23
3.10.- ¿Qué sistema de pago utiliza para comprar por Internet?	23
3.11.- ¿Tiene firma electrónica?.....	24
3.12.- ¿Por qué razones considera útil la firma electrónica?.....	24
3.13.- Edad del Internauta catalán.	24
3.14.- Sexo del Internauta catalán	25
3.15.- Estudios del Internauta catalán.....	26
3.16.- Ocupación del Internauta catalán.	26

1er Estudio sobre Comercio Electrónico en Cataluña

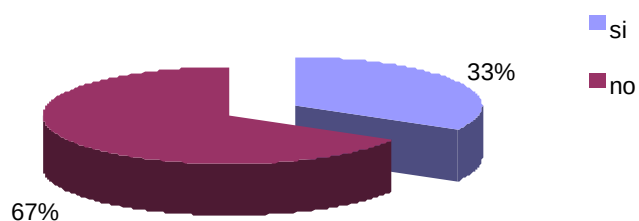
Empresas

Realizado en el marco del



2.-ESTUDIO EN CATALUÑA: EMPRESAS

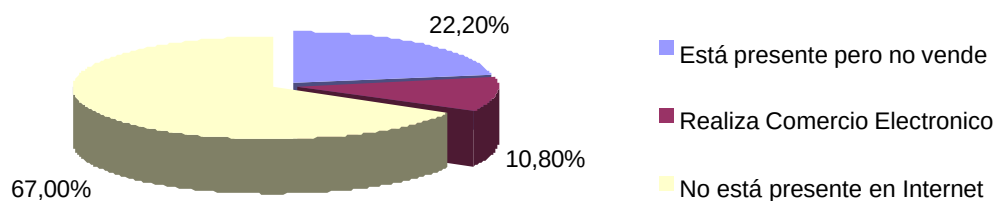
¹2.1.-¿ Tiene su empresa página web en Internet?



© AECE 2000

Base: total de empresas de la muestra. Véase *ficha técnica* (Pág. 3)

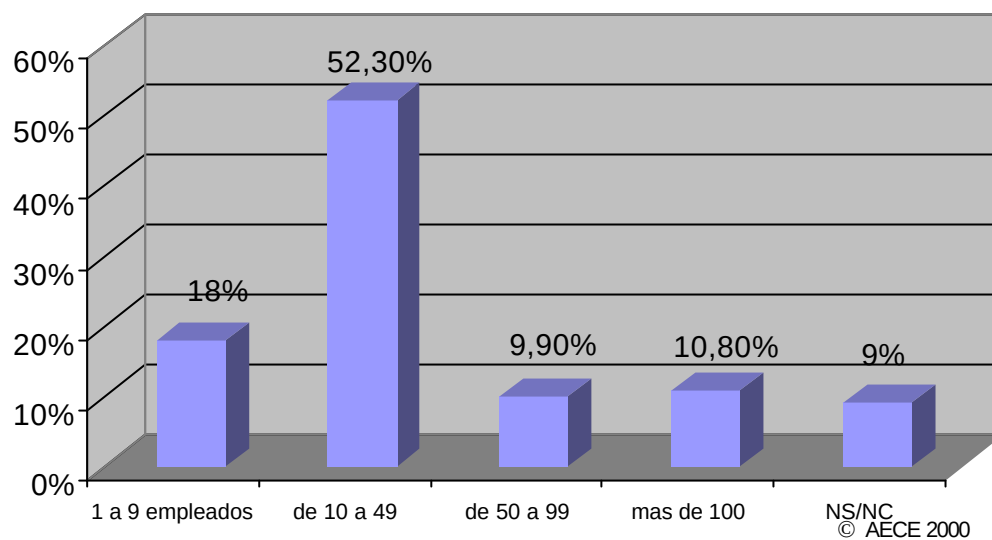
¹2.2.- ¿Qué tipo de presencia tiene en Internet?



© AECE 2000

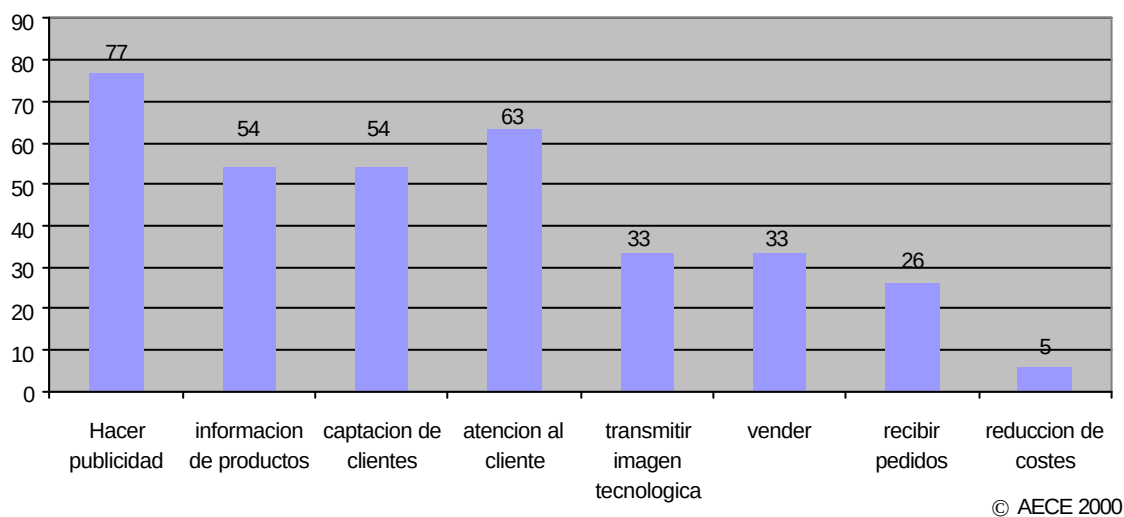
Base: total de empresas de la muestra. Véase *ficha técnica* (Pág. 3)

2.3.- Presencia en Internet según número de empleados



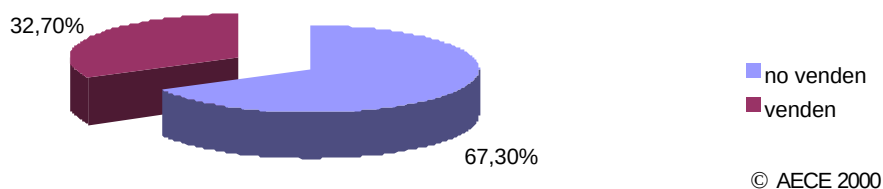
Base: Empresas catalanas presentes en Internet (33% del total de la muestra, véase *ficha técnica*, Pág.3)

2.4.- Objetivos de su página web



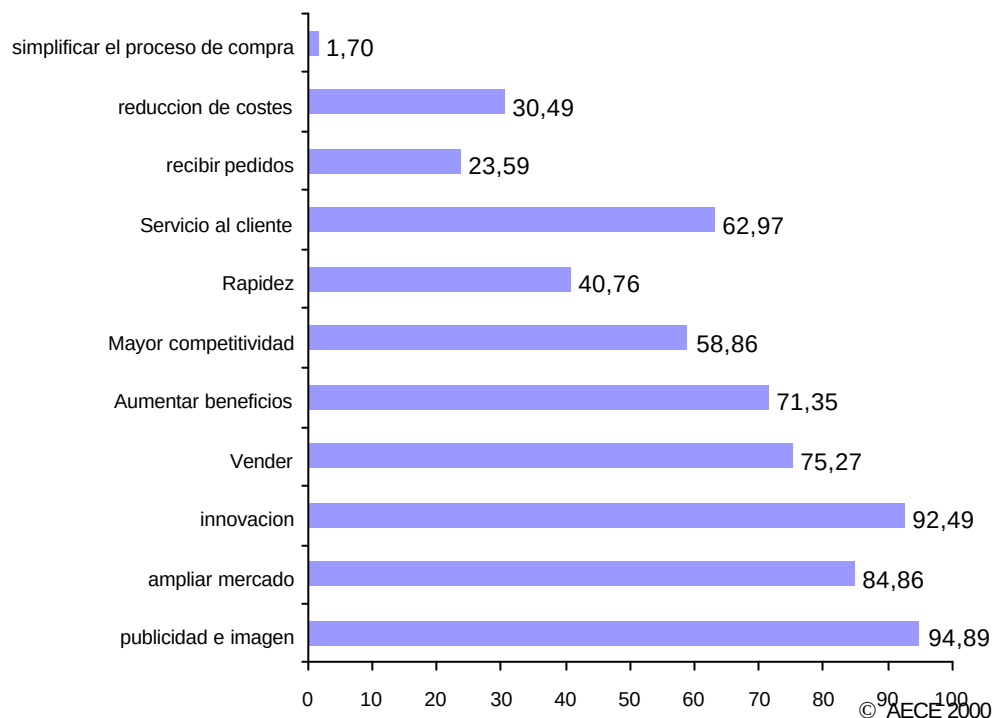
Base: Empresas catalanas presentes en Internet (33% del total de la muestra, véase *ficha técnica*, Pág.3)

12.5.- De las empresas catalanas presentes en Internet, ¿cuántas realizan Comercio Electrónico?



Base: Empresas catalanas presentes en Internet (33% del total de la muestra, véase ficha técnica, Pág.3)

2.6.- Razones por las que empezó a vender por Internet

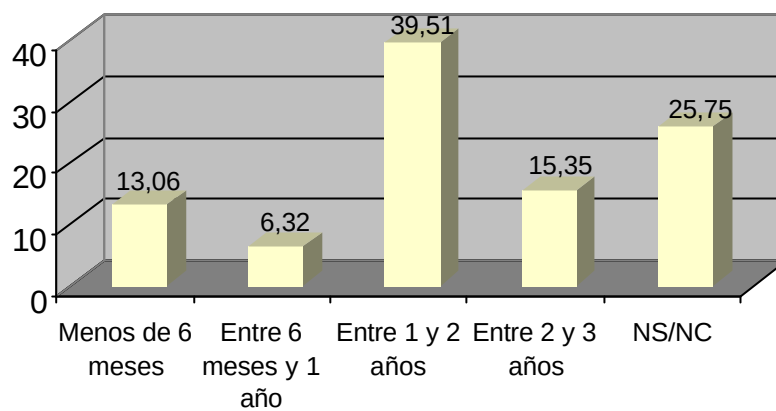


base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág. 3))

¹ Comparativa con España :

	No tienen página web	Están presentes en Internet pero no venden	Están presentes en Internet Y realizan Comercio Electrónico
ESPAÑA	67,6%	21,6%	10,8%
CATALUÑA	67%	22,2%	10,8 %

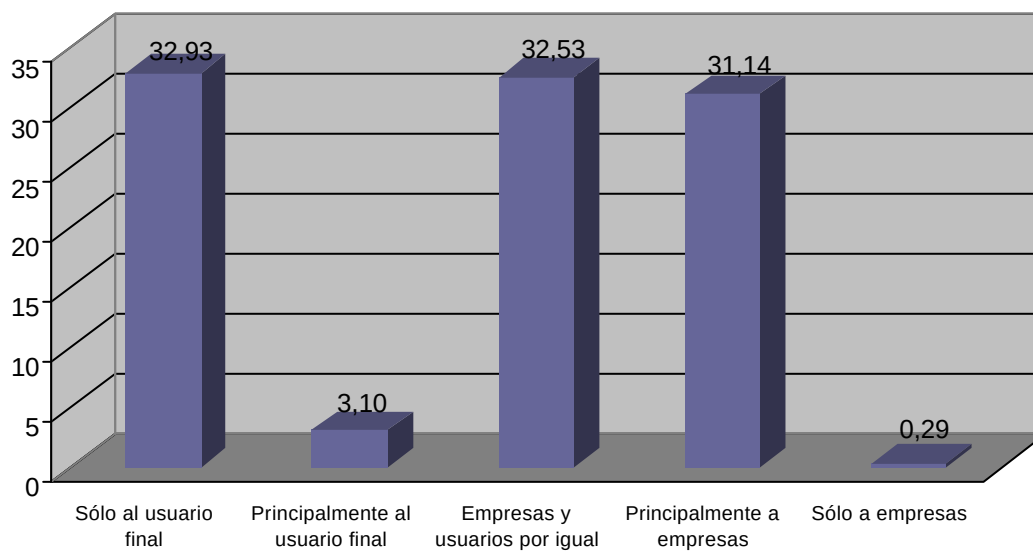
2.7.- ¿Desde cuándo está vendiendo en Internet?



© AECE 2000

base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág. 3))

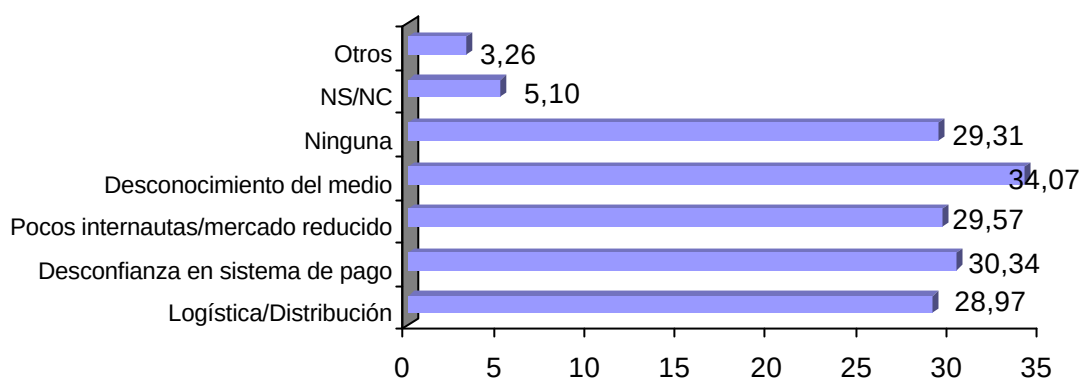
2.8.- ¿A quién dirige principalmente sus ventas en Internet?



© AECE 2000

base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág.3))

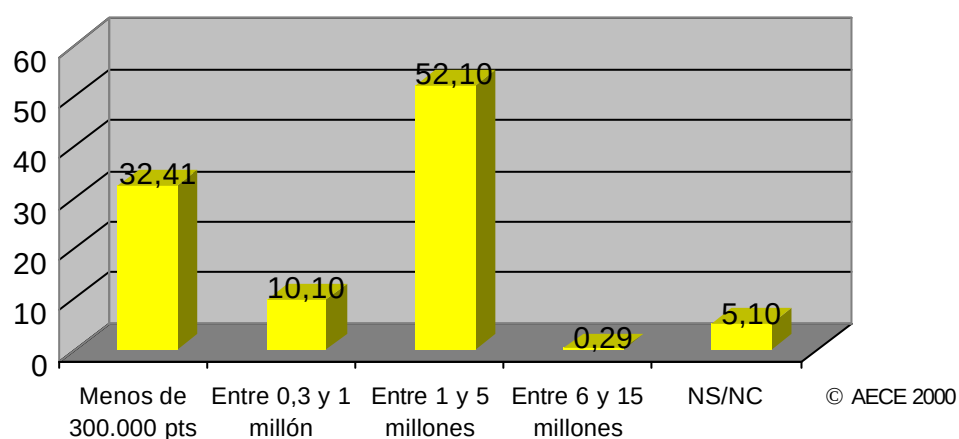
2.9.- ¿Cuáles son las principales dificultades que su empresa ha encontrado para vender en Internet?



© AECE 2000

base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág. 3))

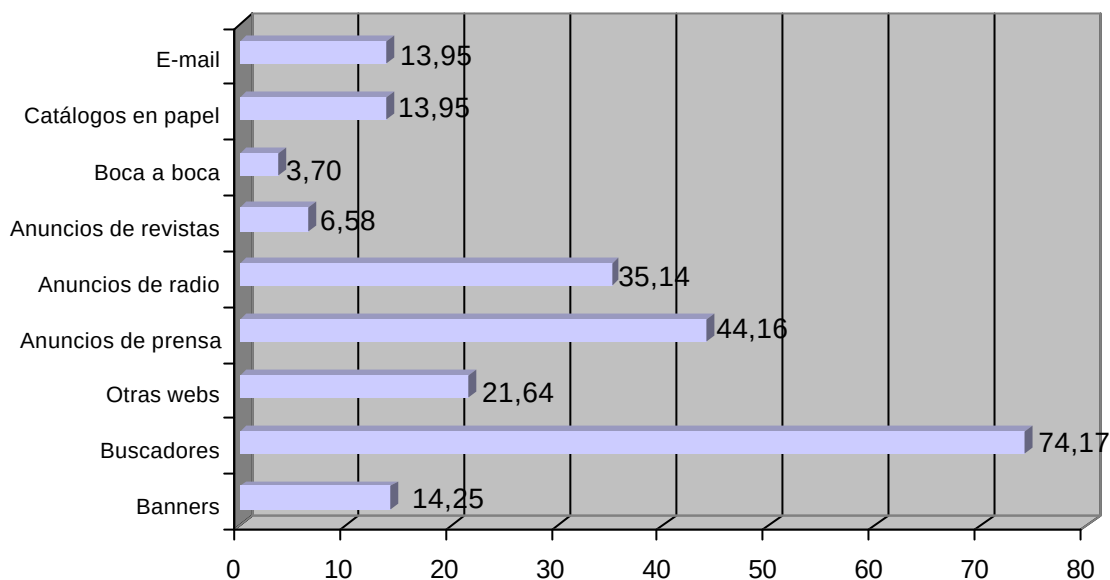
2.10.- ¿Cuánto ha invertido en poner en marcha su Comercio Electrónico?



© AECE 2000

base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág.3))

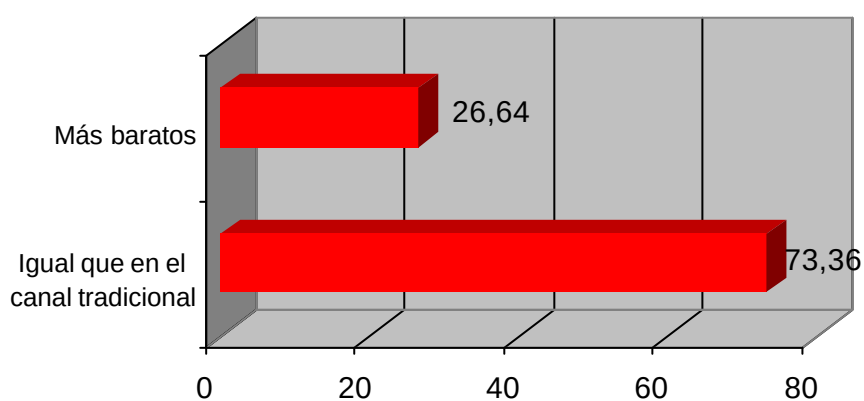
2.11.- ¿Qué tipo de publicidad realiza para potenciar sus ventas?



© AECE 2000

base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la *ficha técnica* (Pág. 3))

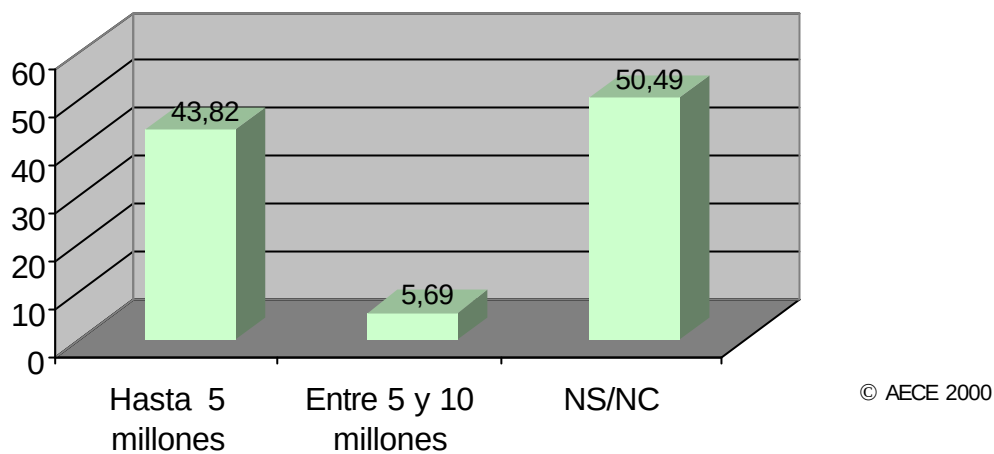
2.12.- Los precios de sus productos ofrecidos en Internet son....



© AECE 2000

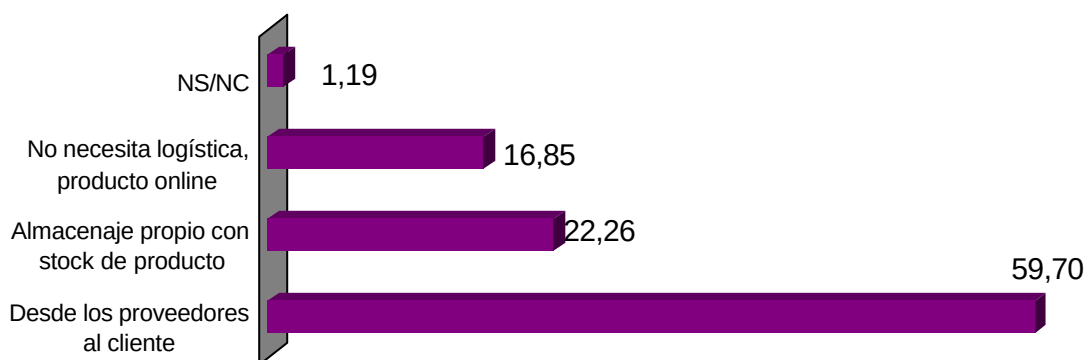
base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la *ficha técnica* (Pág.3))

2.13.- Aproximadamente, ¿cuánto ha ingresado por sus ventas en Internet el último año?



base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág. 3))

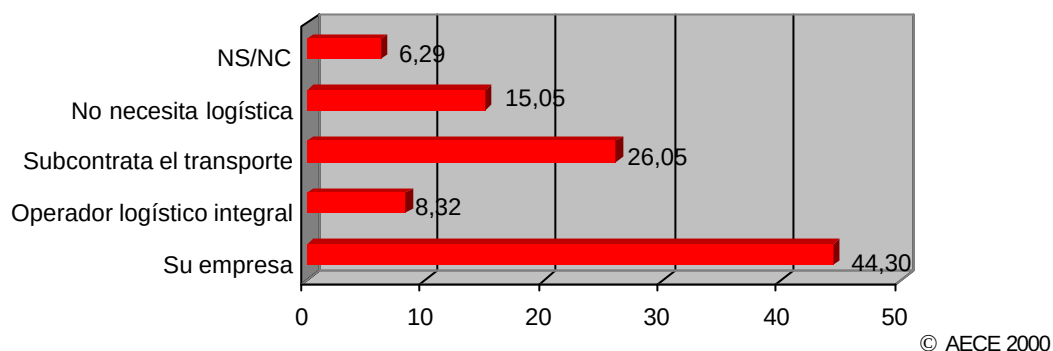
2.14.- ¿Cuál es la fórmula para la operación logística?



base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág.3))

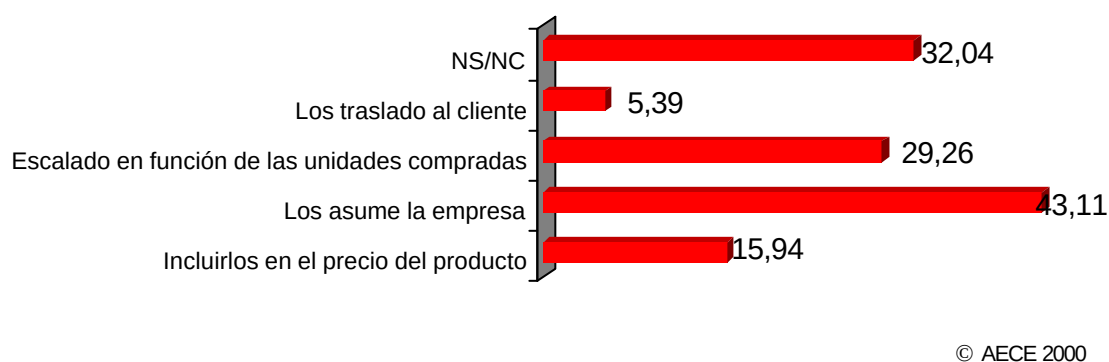
© AECE 2000

2.15.- ¿Quién realiza la operación logística?



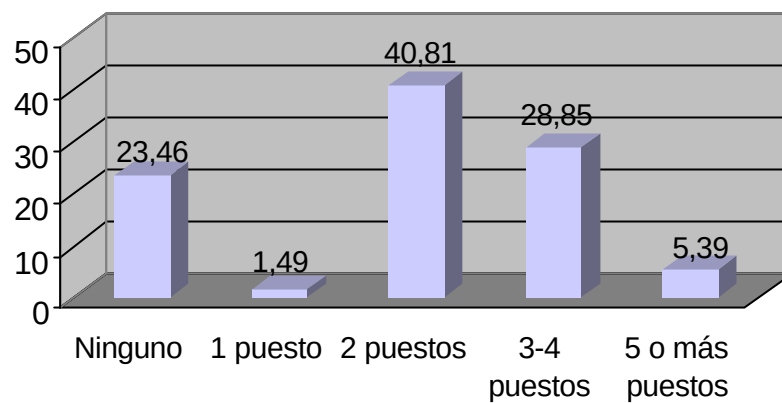
base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág. 3))

2.16.- ¿Qué hace con los gastos de distribución?



base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág.3))

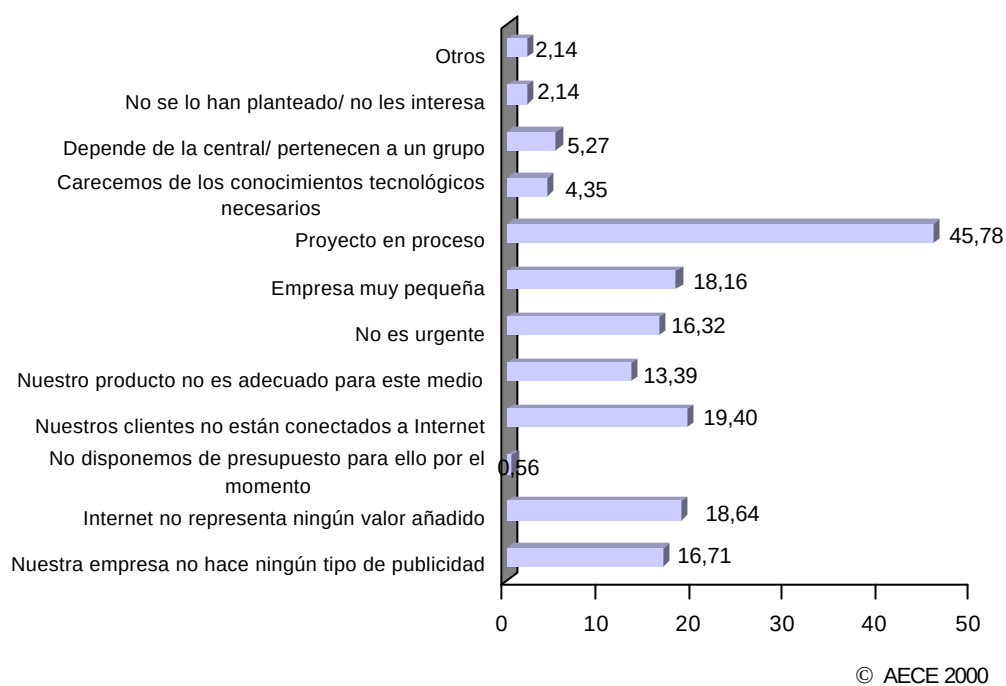
2.17.- ¿Cuántos puestos de trabajo ha generado Internet en su empresa?



© AECE 2000

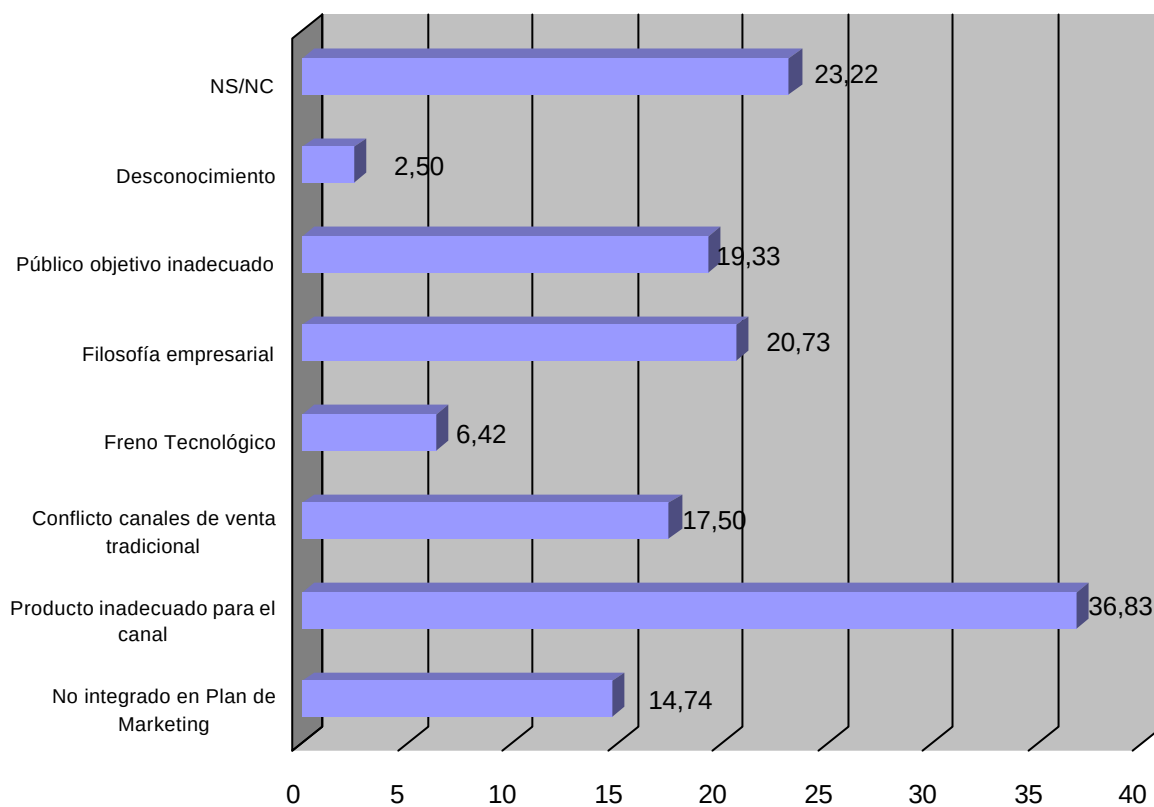
base: empresas que venden en Internet (10,8% del total de empresas de la muestra, véase la ficha técnica (Pág. 3))

2.18.- ¿Por qué no tiene su empresa presencia en Internet?



base: Empresas no presentes en Internet (66% del total de la muestra, véase *ficha técnica* (Pág.3))

2.19.- ¿Cuáles son las principales razones por las que su empresa no vende en Internet?



© AECE 2000

base: Empresas presentes que no venden en Internet (22% del total de la muestra, véase la ficha técnica, Pág.3))

1er Estudio sobre Comercio Electrónico en Cataluña

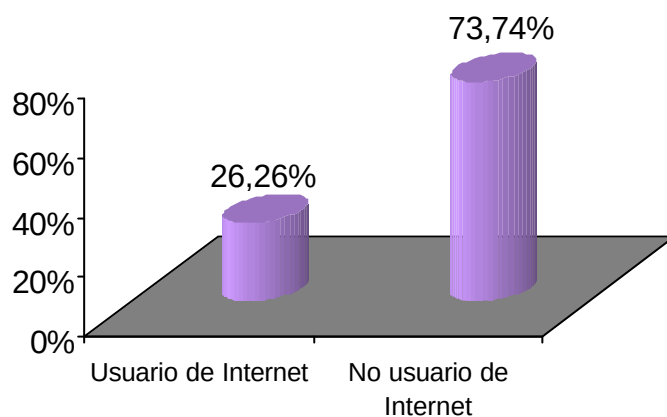
Individuos

Realizado en el marco del



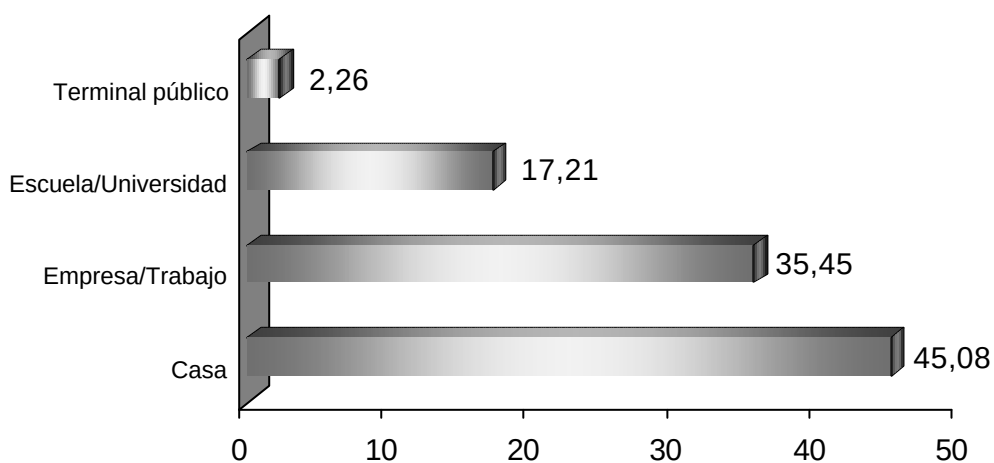
3.-ESTUDIO EN CATALUÑA: INDIVIDUOS

²3.1.- Usuarios de Internet en Cataluña



© AECE 2000

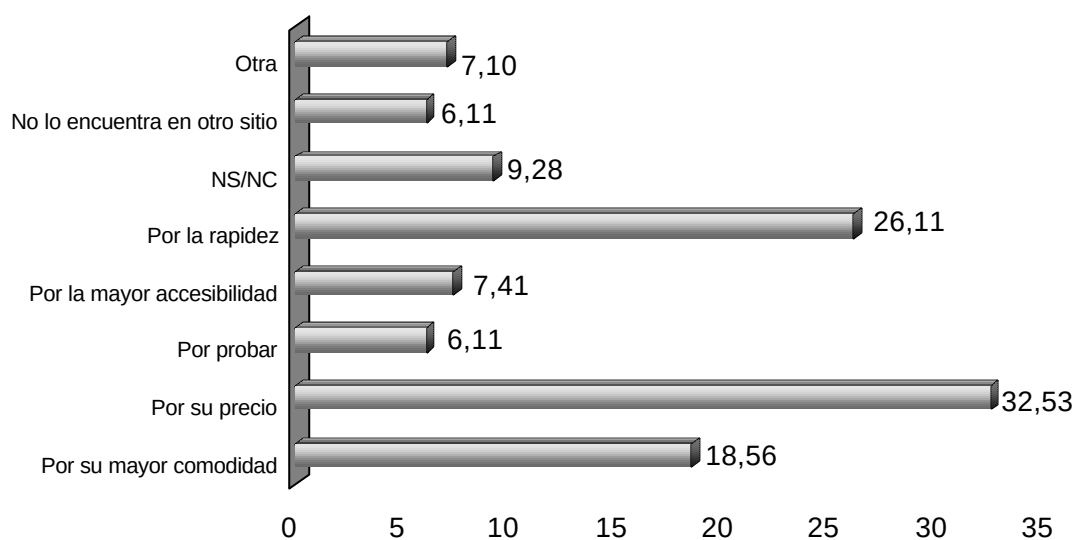
²3.2.- ¿Desde dónde se conecta principalmente?



© AECE 2000

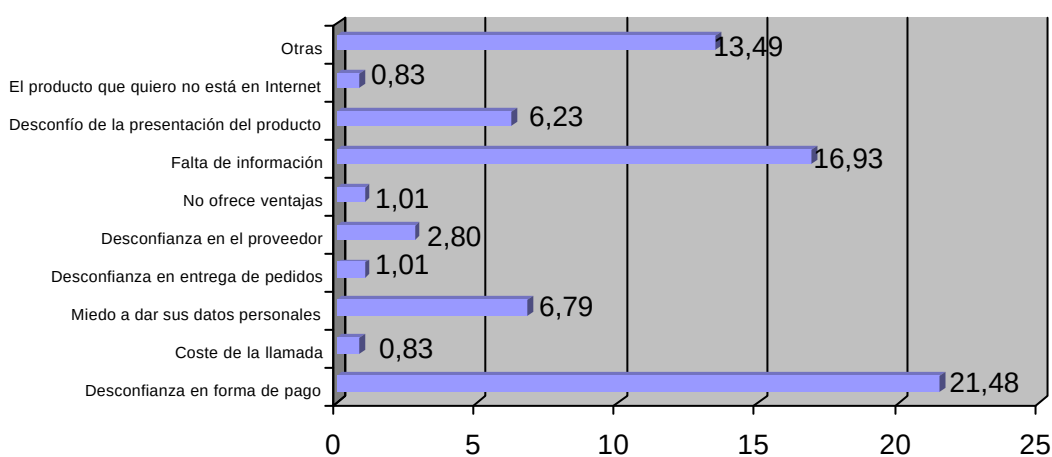
²La base son el 100% de los internautas definidos como las personas que se han conectado alguna vez a Internet.

3.3.- Razones por las que compra en Internet



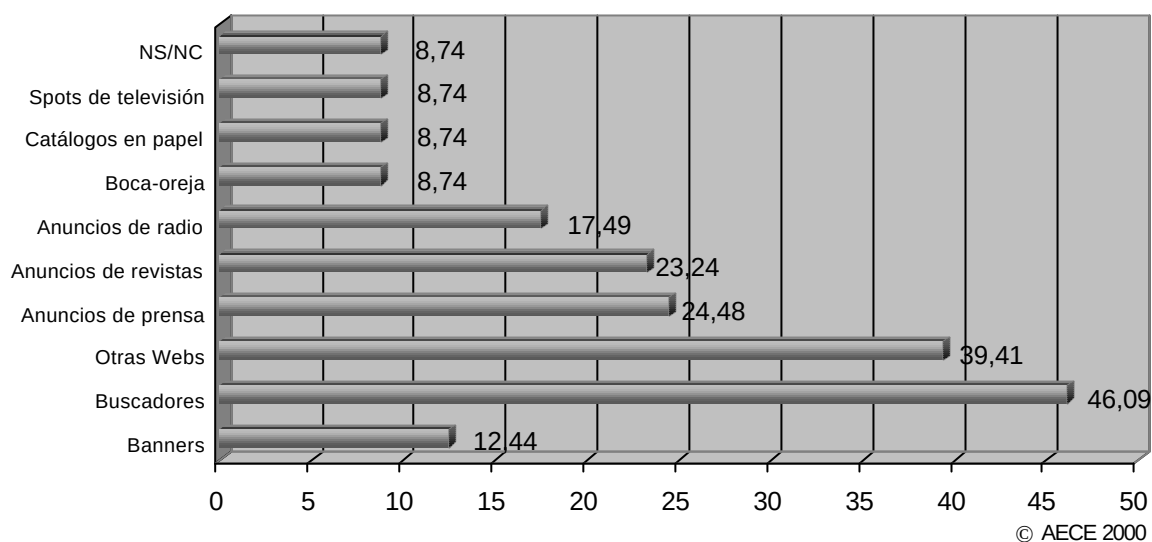
© AECE 2000

3.4.-Barreras a la e-compra

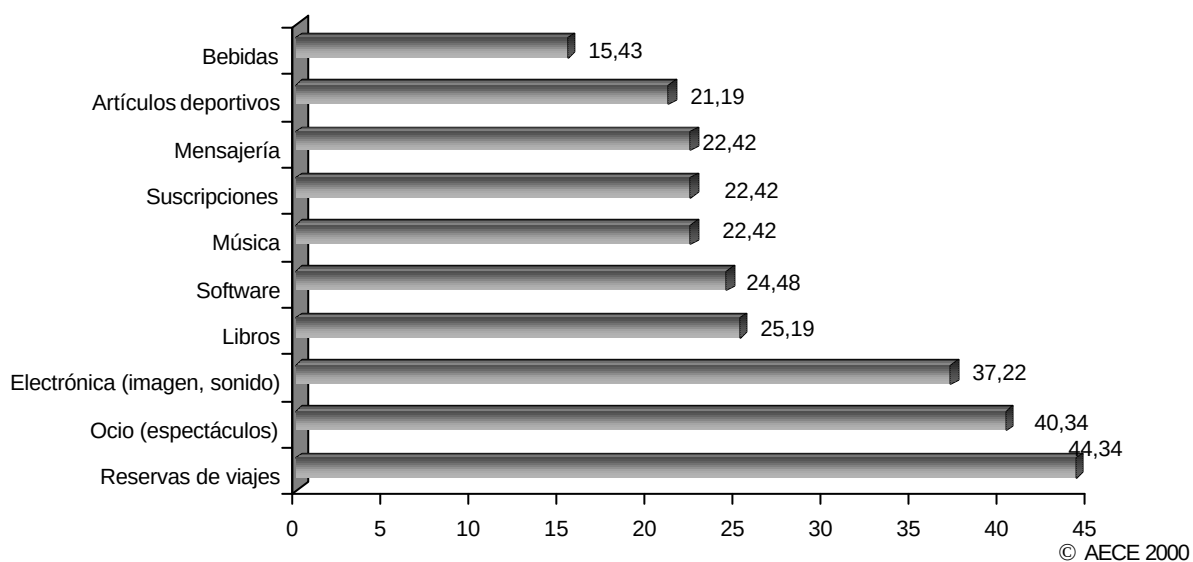


© AECE 2000

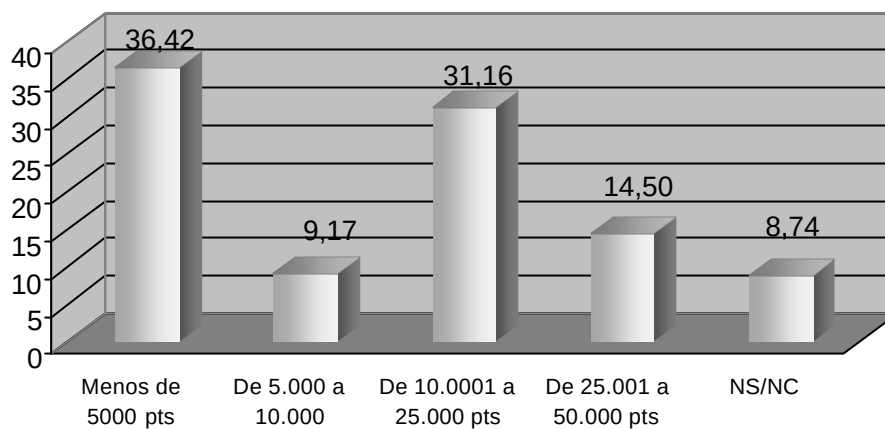
3.5.-¿Dónde encuentra los productos?



3.6.- Productos más comprados (top 10)

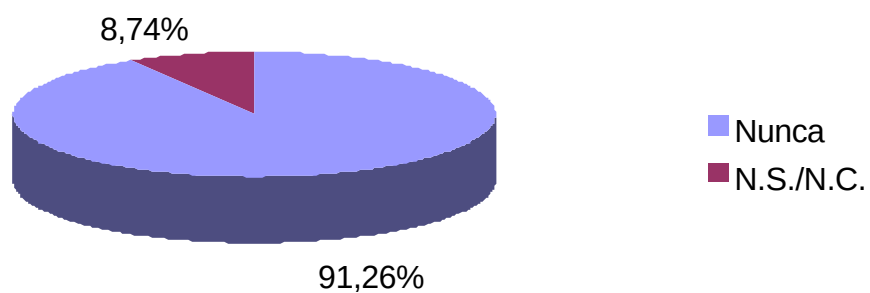


3.7.- Precio más caro del producto comprado



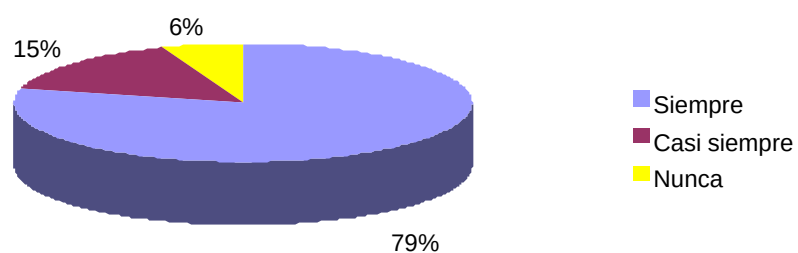
© AECE 2000

3.8.- ¿Ha tenido problemas en la compra por Internet?



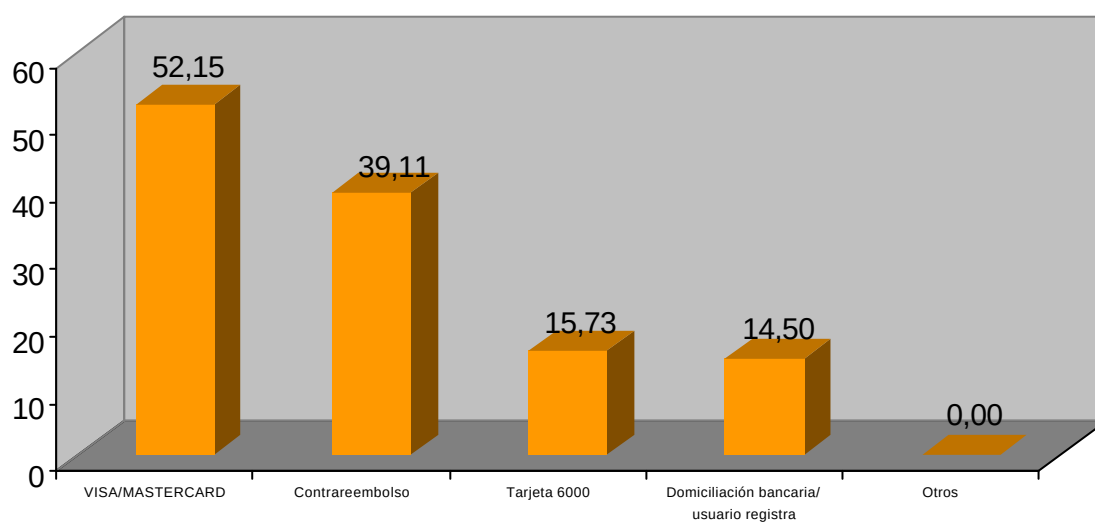
© AECE 2000

3.9.- El producto que usted recibe, ¿le satisface?



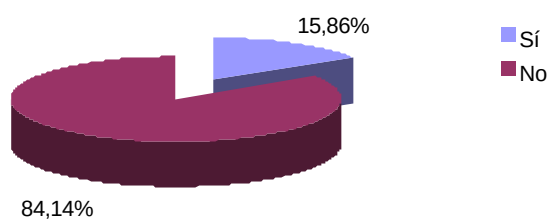
© AECE 2000

3.10.- ¿Qué sistema de pago utiliza para comprar por Internet?



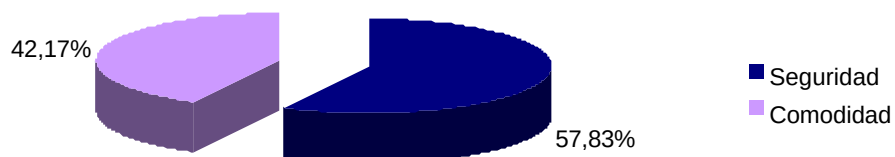
© AECE 2000

3.11.- ¿Tiene firma electrónica?

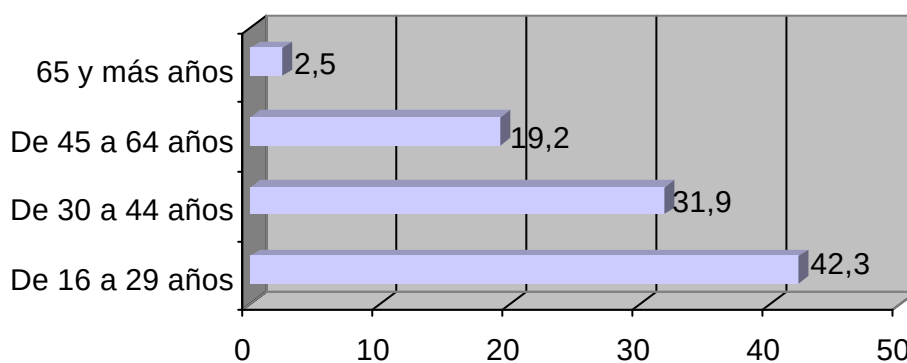


© AECE 2000

3.12.- ¿Por qué razones considera útil la firma electrónica?



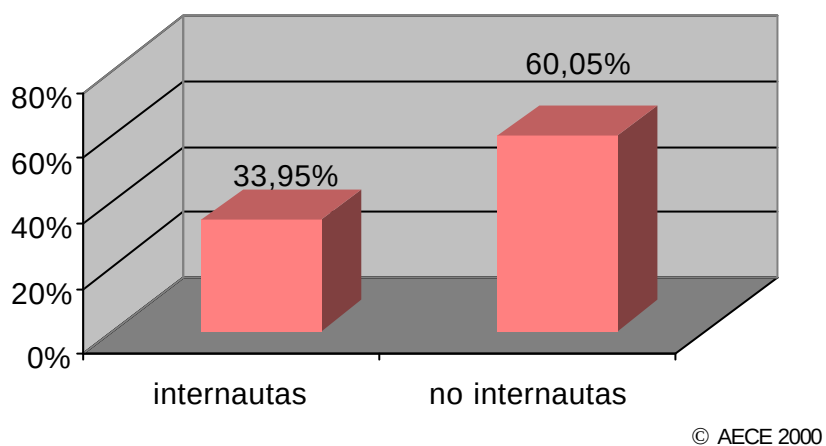
© AECE 2000

3.13.- Edad del Internauta catalán.³

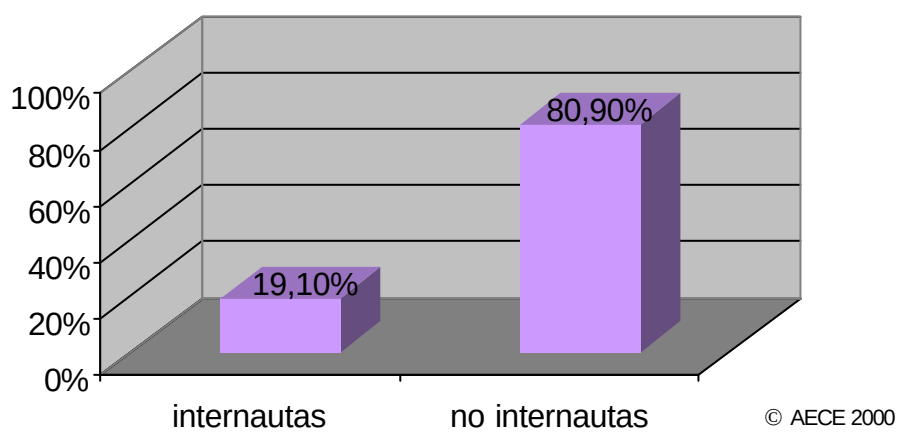
© AECE 2000

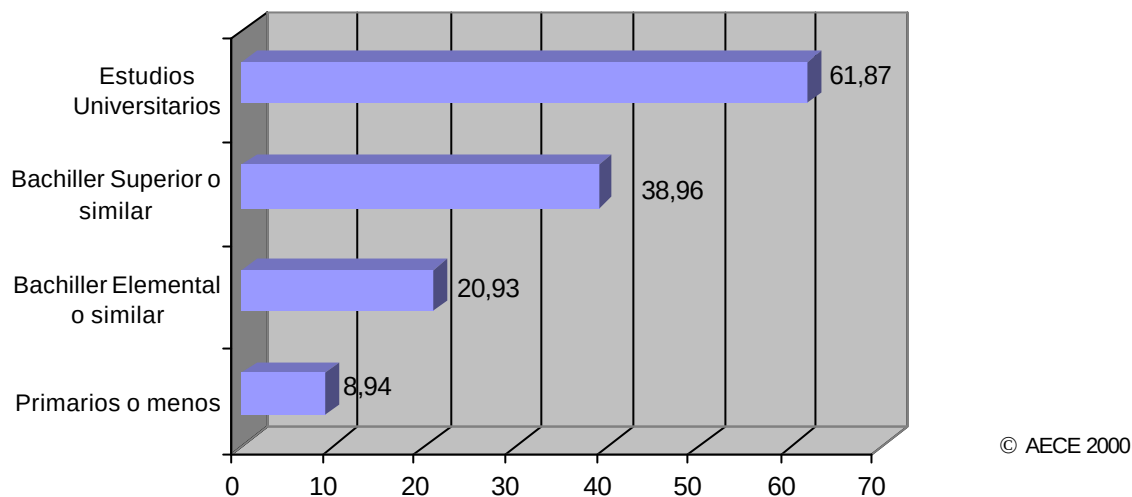
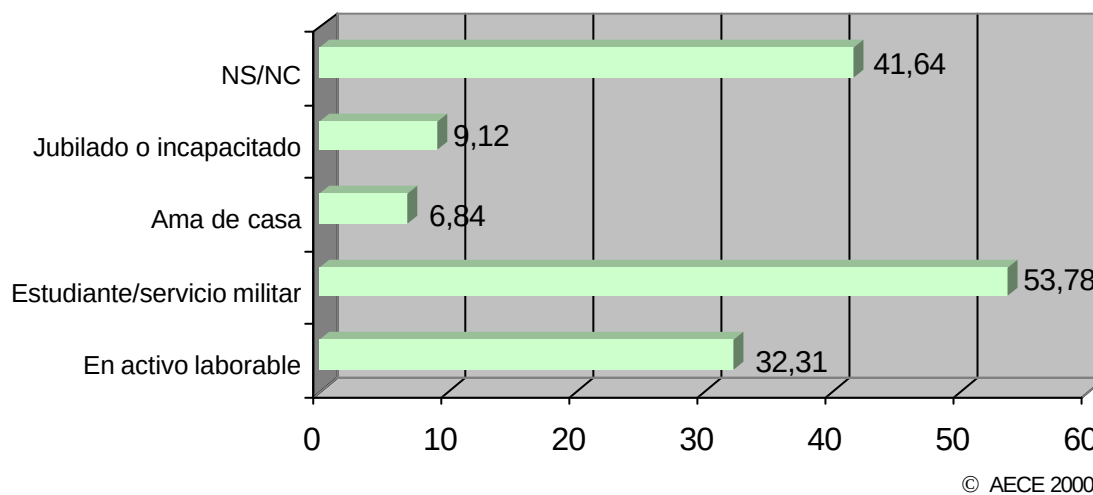
3.14.- Población Internauta catalana³

Hombres



Mujeres



3.15.- Estudios del Internauta catalán.³3.16.- Ocupación del Internauta catalán.³

³ En la Publicación de la Secretaría para la Sociedad de la Información "Estadísticas SI 2000" (www.entra.gencat.es) los datos correspondientes a los internautas difieren en parte, ya que la base sobre la que se daban datos de sexo, edad, estudios, etc, aplicaba a "las personas que se habían conectado alguna vez a Internet"