

En el 2002 el 50% de las empresas españolas estará en un e-marketplace

En el último año un tercio de las empresas españolas han realizado operaciones de compra y venta en plataformas electrónicas. Este auge de las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial previsiblemente se incrementará durante el 2002, según un estudio realizado por el Instituto de Empresa. "Las perspectivas son optimistas, y nuestros resultados desprenden que un 50% de las grandes empresas del país se involucrarán en los e-marketplaces el año que viene", señaló el profesor Enrique Dans en declaraciones a [IBLNEWS TV](#).

Martes, 16 octubre 2001

ELENA BULE, IBLNEWS

Durante el año 2002 se producirá un considerable aumento en el número de grandes empresas españolas que participarán en mercados electrónicos B2B o e-marketplaces, según se desprende de una investigación realizada por el Instituto de Empresa. Asimismo, se prevé que las empresas aumenten su inversión en políticas B2B, pasando así de un 33% a un 50% de participación en operaciones de compra-venta por Internet.

Estos datos optimistas son los que se concluyen de la investigación del Instituto de Empresa "Barómetro de Inversión y Tendencias del Comercio Electrónico B2B en España", realizado por los profesores Dans, Allen y Coduras. En este proyecto de carácter exploratorio se han tomado como muestra 152 compañías del total de 500 mayores empresas del país.

La influencia de los ataques contra EE.UU. y la recesión económica

A pesar de que el estudio se realizó durante el periodo de recesión, los resultados no contemplan las consecuencias de los ataques del pasado 11 de septiembre contra EE.UU. y el actual conflicto internacional.

Según el profesor Enrique Dans, uno de los investigadores del estudio, "los e-marketplaces ofrecen un factor atractivo: la reducción de costes, que beneficia tanto al mercado -aumentando su efectividad- como a la empresa -racionalizando las compras y evitando parte de la burocracia-. Por ello, la crisis es posible que no sea del todo negativa".

Los beneficios de los e-marketplaces y los principales recelos

Un total del 70% de los encuestados aseguran creer que formar parte de un e-marketplace en su sector mejoraría su competitividad. Y hasta un 77% de ellos muestran un alto grado de interés por el B2B.

Del estudio se desprende que, en su incursión en los e-marketplaces, las empresas españolas buscan reducir costes en la búsqueda de proveedores, favorecer la competencia en precios y lograr una mayor transparencia de mercado. Pero junto

con estos factores económicos también advierten beneficios de tipo estratégico, tales como el acceso a clientes de otros países.

A pesar de que la mayoría de los encuestados percibe los e-marketplaces como una buena oportunidad de negocio todavía las empresas muestran cierto recelo. Entre los factores que más negativamente influyen en la inversión son el desconocimiento de la dirección acerca de las posibilidades tecnológicas, los temores relacionados con privacidad y seguridad, y la compleja integración con el back-office de la empresa.