

FBSIC



Fundació Observatori
per a la Societat
de la Informació de
Catalunya



Estudi sobre l'adopció i l'ús de les TIC a les microempreses del sector del turisme, 2010

Estructura i elements de valor de la microempresa turística a Catalunya

Barcelona, 4 de novembre de 2010

The image features a complex, abstract background with various shades of green and yellow. It includes geometric shapes like triangles and circles, some with patterns of small dots or stars. A prominent white horizontal band runs across the middle of the image, serving as a background for the text. The overall aesthetic is modern and digital.

Índex



1. Marc analític i metodologia d'investigació	4
2. Elements de valor de la microempresa turística	7
2.1. El perfil de l'empresari	8
2.2. Estructura empresarial i generació de valor	9
3. Usos TIC i comerç electrònic a la microempresa turística	11
4. Usos TIC i canvi estructural a la microempresa turística	15
5. Conclusions	19



1. Marc analític i metodologia d'investigació

EMPRESA INDUSTRIAL	EMPRESA XARXA
<p>Estratègia</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.- Mercats nacionals i internacionals 2.- Avantatges: economies d'escala i costos 3.- Relació entre les parts (<i>stakeholders</i>): aïllada 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Mercats globals: món les 24 hores 2. Diferenciació/adaptació/qualitat 3. Aliances i col·laboracions
<p>Organització</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.- Divisió treball: atomització i execució 5.- Coordinació treball: centralització i jerarquia 6.- Estructura: organització científica i toyotisme 	<ul style="list-style-type: none"> 4. Equips variables per competències 5. Descentralització i autonomia 6. Organització horitzontal en xarxa
<p>Producció</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.- Tecnologia: manufactures (<i>skills</i> manuals) 8.- <i>Inputs</i> bàsics: capital físic i treball manual 9.- Esquema producció flexible (xarxa d'empreses) 	<ul style="list-style-type: none"> 7. TIC. Ampliació/substitució <i>skills</i> mentals 8. Fluxos intangibles: informació i coneixement 9. Negocis en xarxa: cadena desintegrada de valor
<p>Valors i cultura</p> <ul style="list-style-type: none"> 10.- Treball: seguretat via especialització 11.- Empresa: creixement via acumulació 12.- Contracte social: productivitat per salaris fixos 	<ul style="list-style-type: none"> 10. Flexiseguretat via creativitat i polivalència 11. Creixement via coinnovació 12. Competitivitat per gestió col·laborativa



- **Fitxa tècnica de la investigació:** enquesta representativa a 500 microempreses turístiques (*allotjament, turisme rural, serveis de menjar i agències de viatges*) amb menys de 50 assalariats.

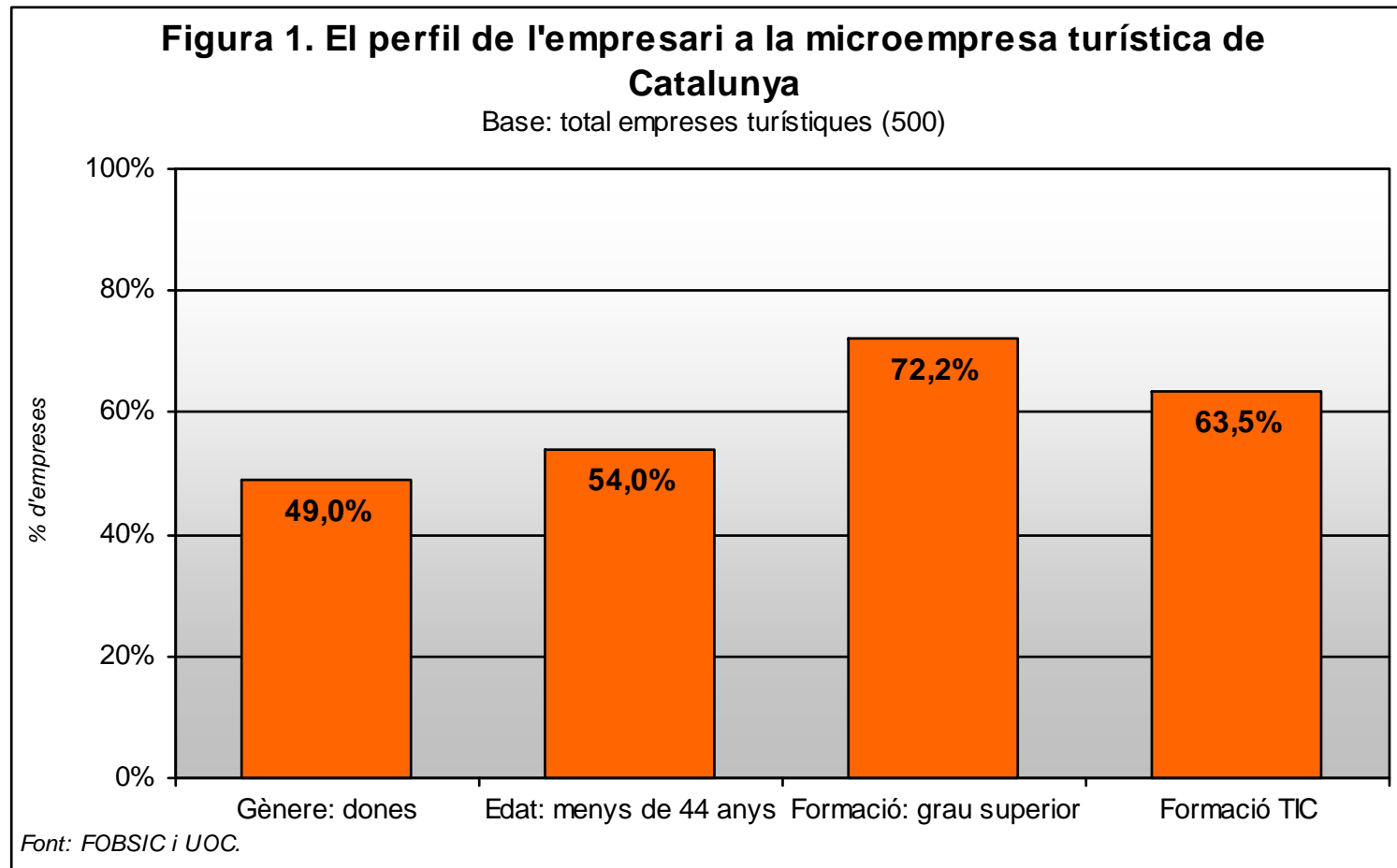
Univers	Empreses del sector turístic amb activitat econòmica a Catalunya i amb menys de 50 assalariats (18.360).
Dimensió mostra	500 entrevistes telefòniques a empresaris i directius.
Error mostral	Del $\pm 4,41\%$ per a dades globals en el cas de màxima indeterminació ($p=q=50$), per a un nivell de confiança del 95,5% i per l'univers de referència.
Quotes	Per subsector turístic i dimensió de l'empresa (nombre de treballadors).
Ponderació	Per subsector turístic i dimensió de l'empresa (nombre de treballadors).
Dates treball de camp	Del 9 d'abril al 6 de maig de 2010.
Selecció de la mostra	La selecció d'empreses ha estat feta mitjançant l'ús d'un procediment aleatori, sobre una font de contactes proporcionada per la base de dades SABI (<i>Sistema de Análisis de Balances Ibéricas</i>), procedent del <i>Registro Mercantil</i> i del <i>Servei del Registre de Turisme de Catalunya</i> .



2. Elements de valor de la microempresa turística



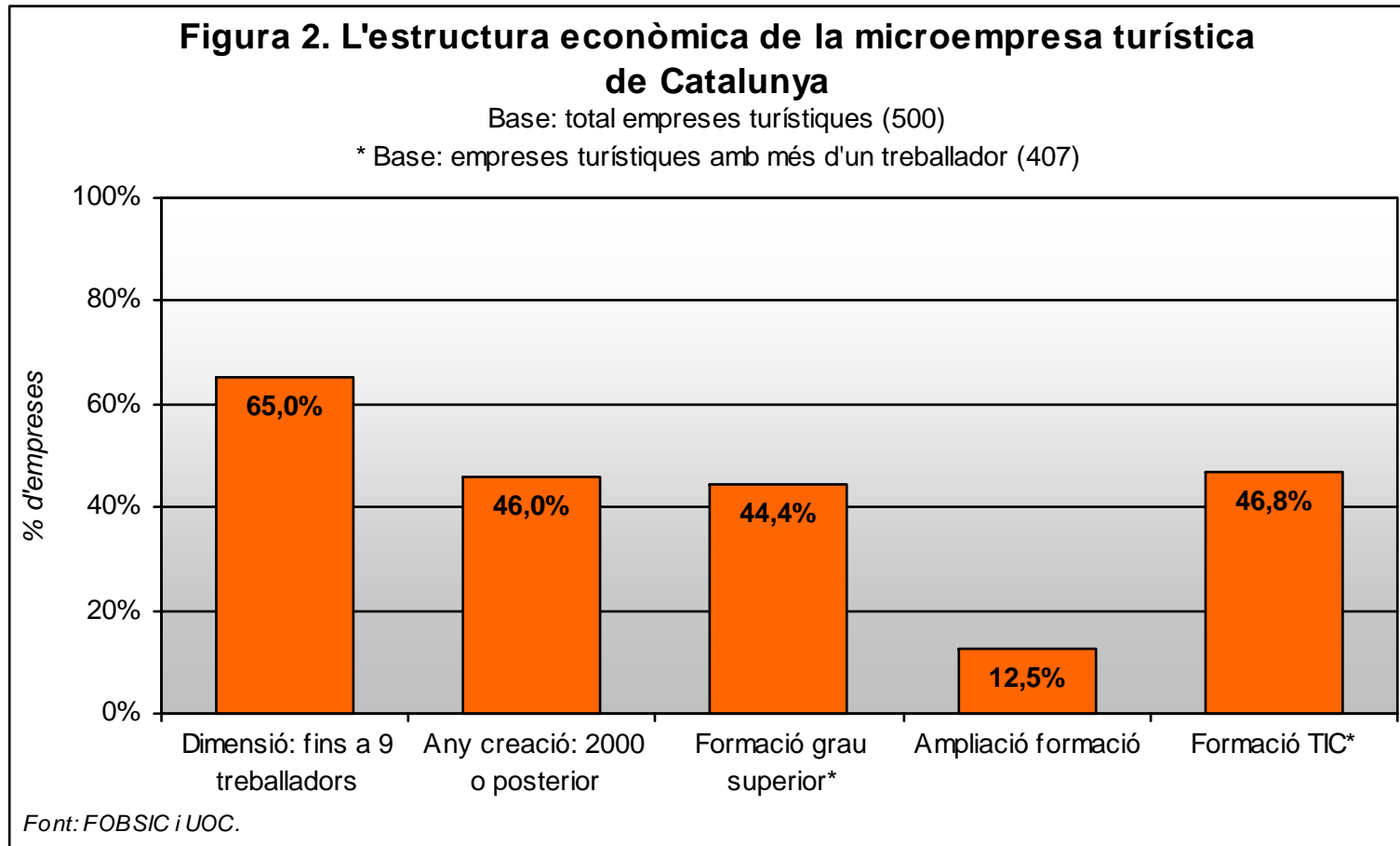
- El microempresari turístic a Catalunya: equilibri en gènere, joventut i elevada formació i capacitació digital.



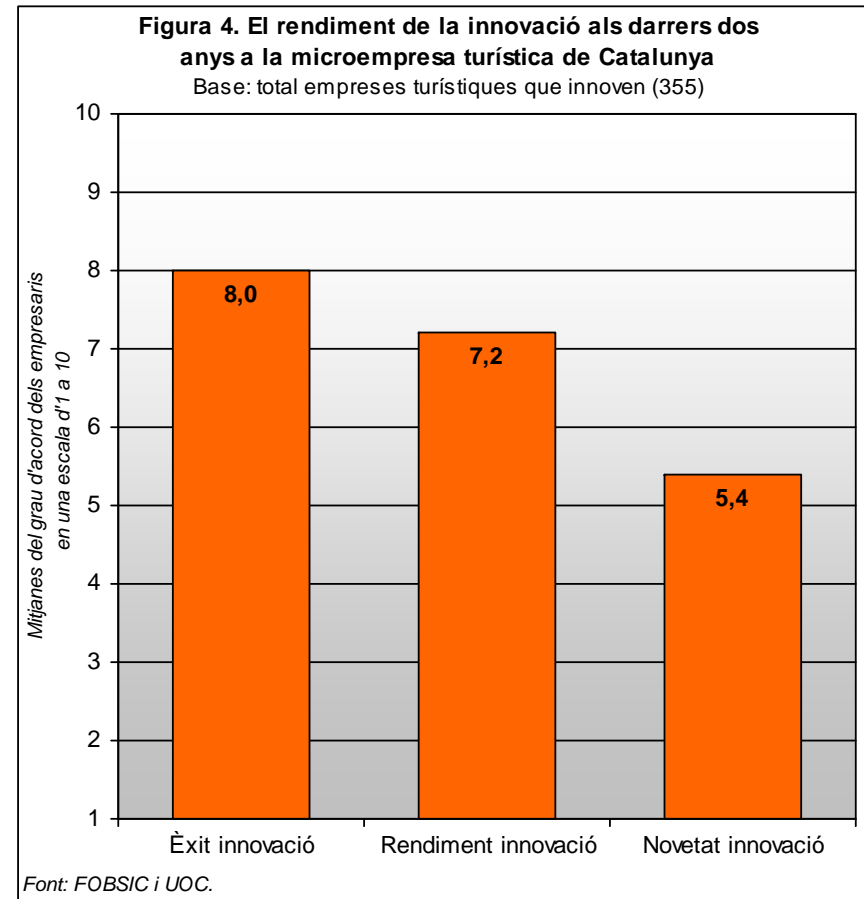
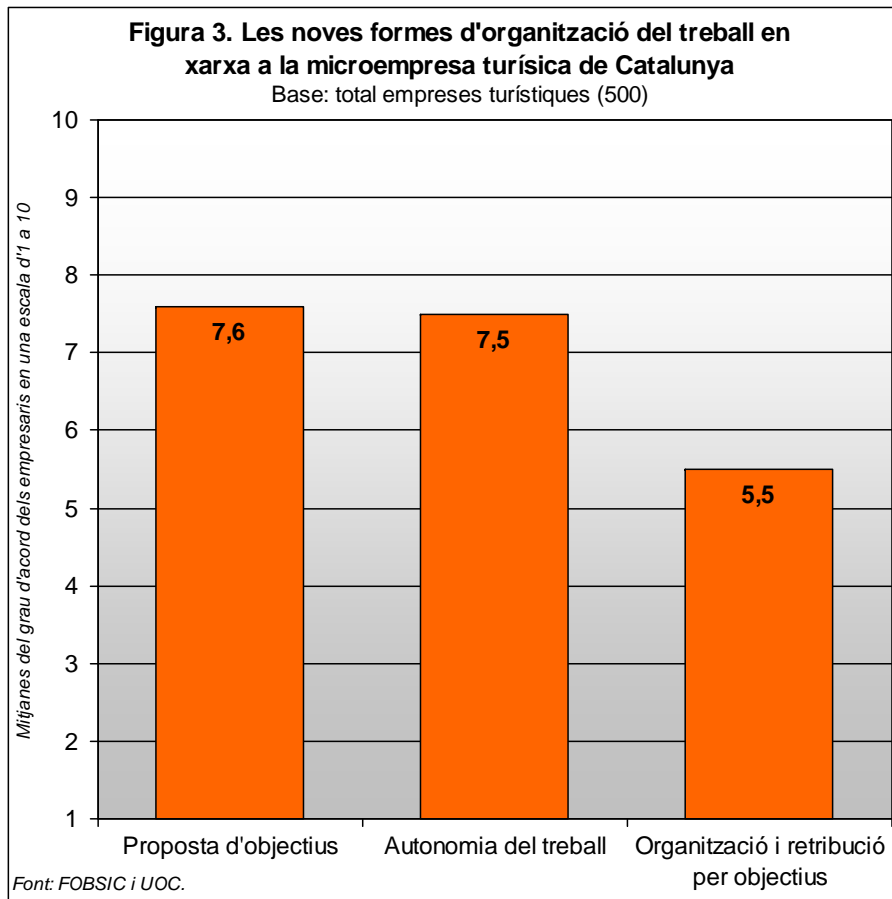


Estructura empresarial i generació de valor (1/2)

- L'estructura econòmica de la microempresa turística: baixa dimensió, capacitat d'emprenedoria i estoc formatiu millorable.



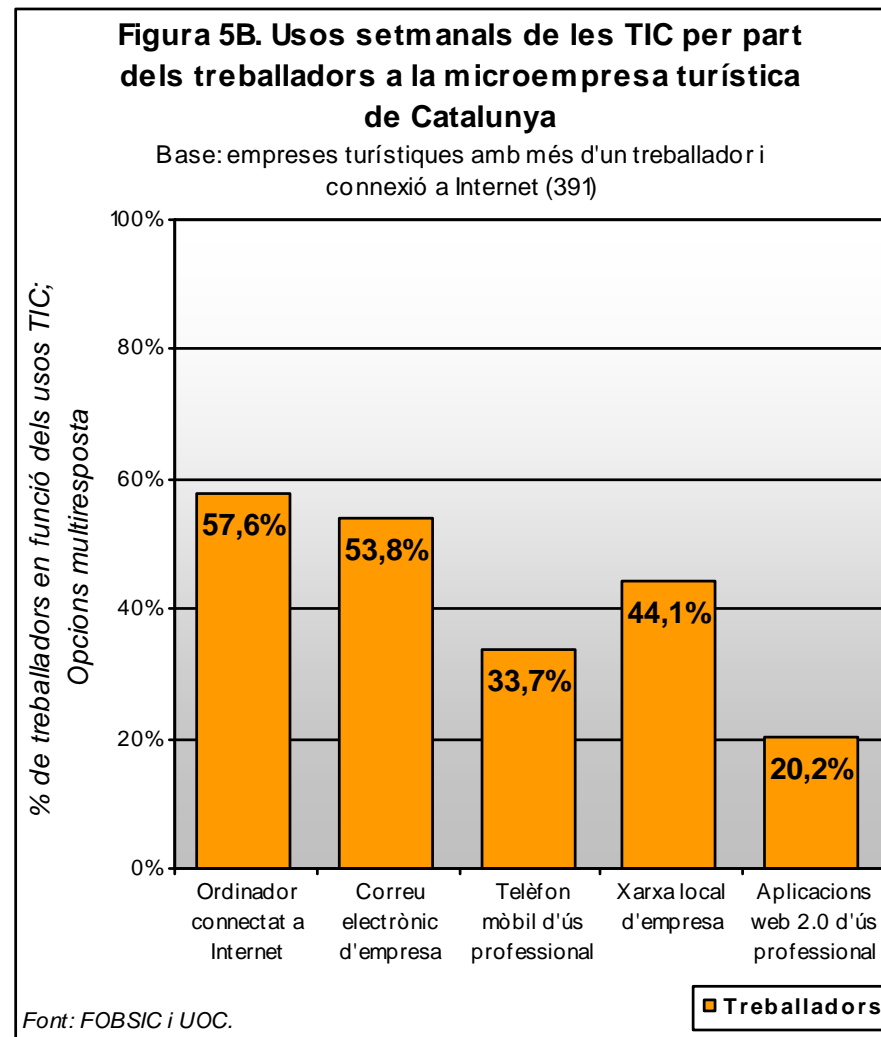
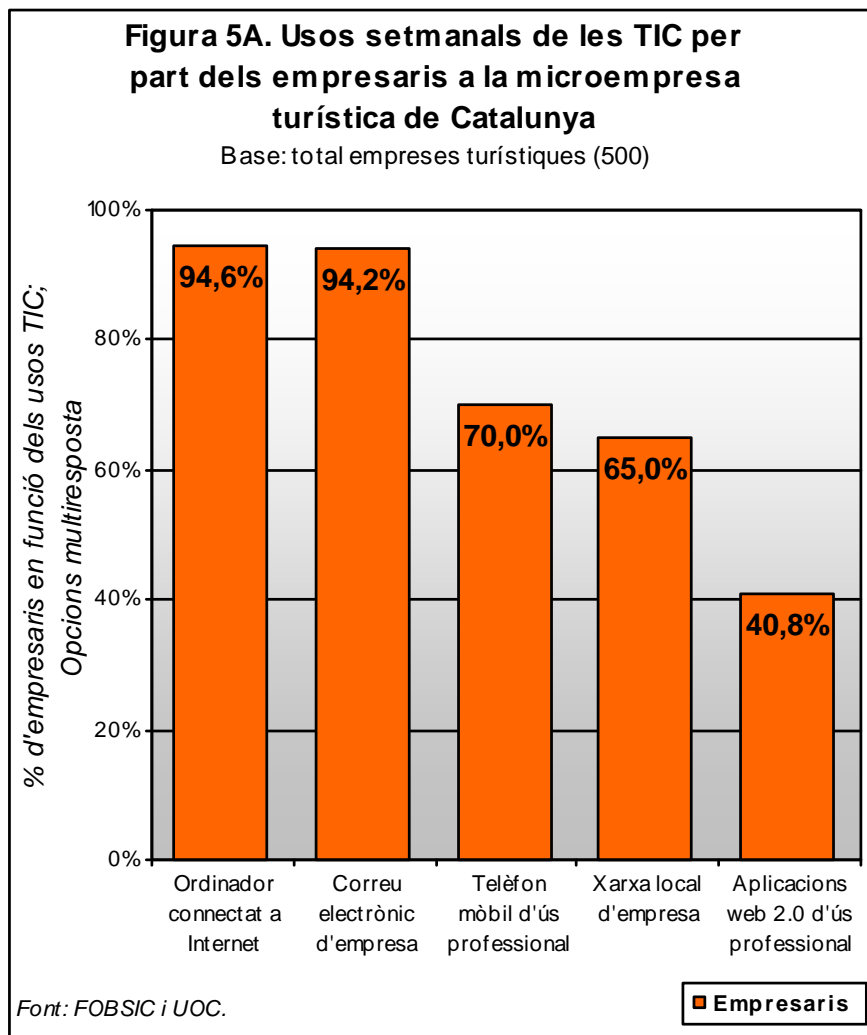
- **La generació de valor a la microempresa turística: implantació de les noves formes de treball (menor a la retribució) i èxit de la innovació (menor en novetat).**





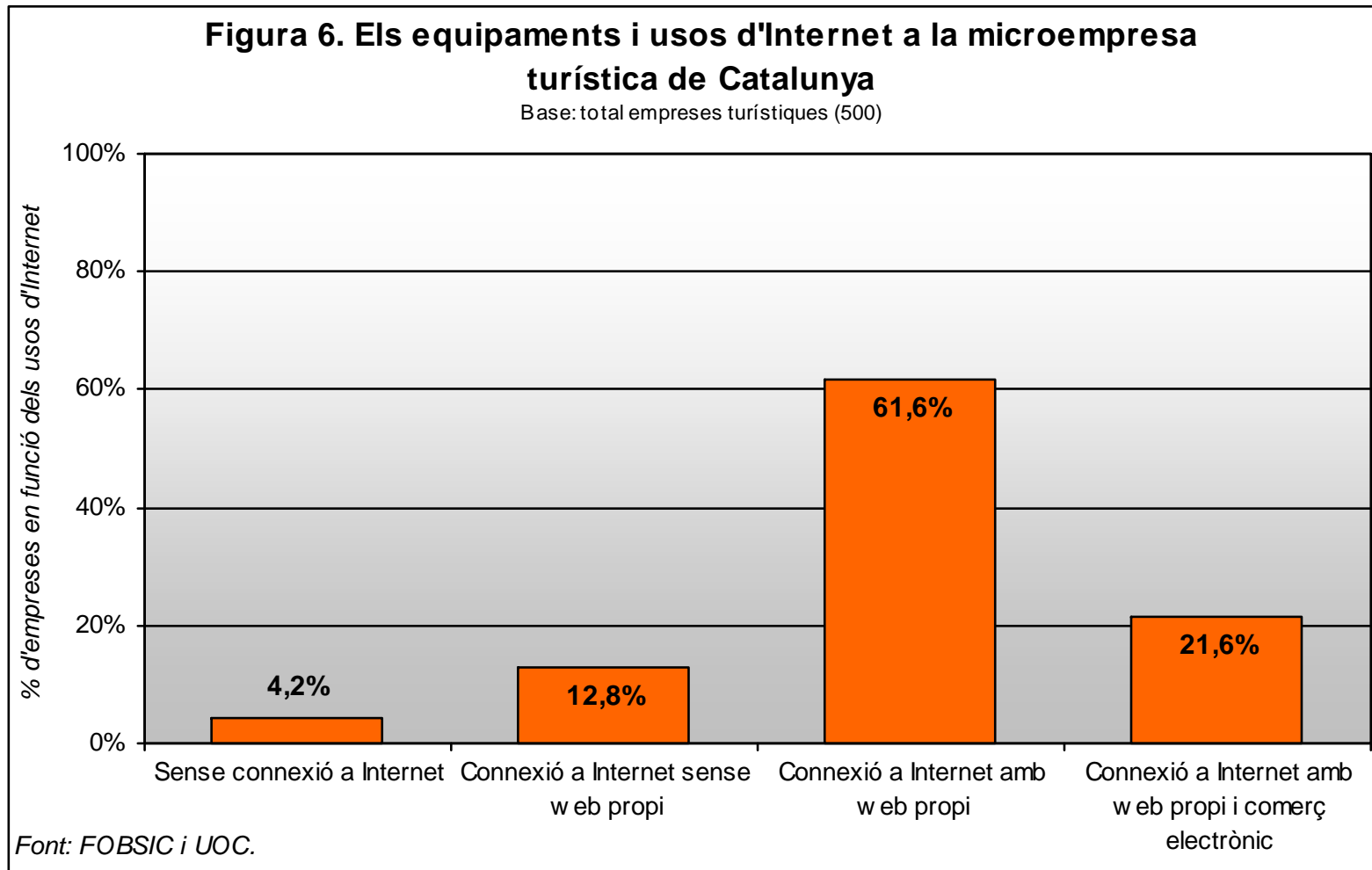
3. Usos de les TIC i comerç electrònic a la microempresa turística

- Notable intensitat d'usos TIC per part dels microempresaris turístics.
- Menor intensitat digital dels treballadors.

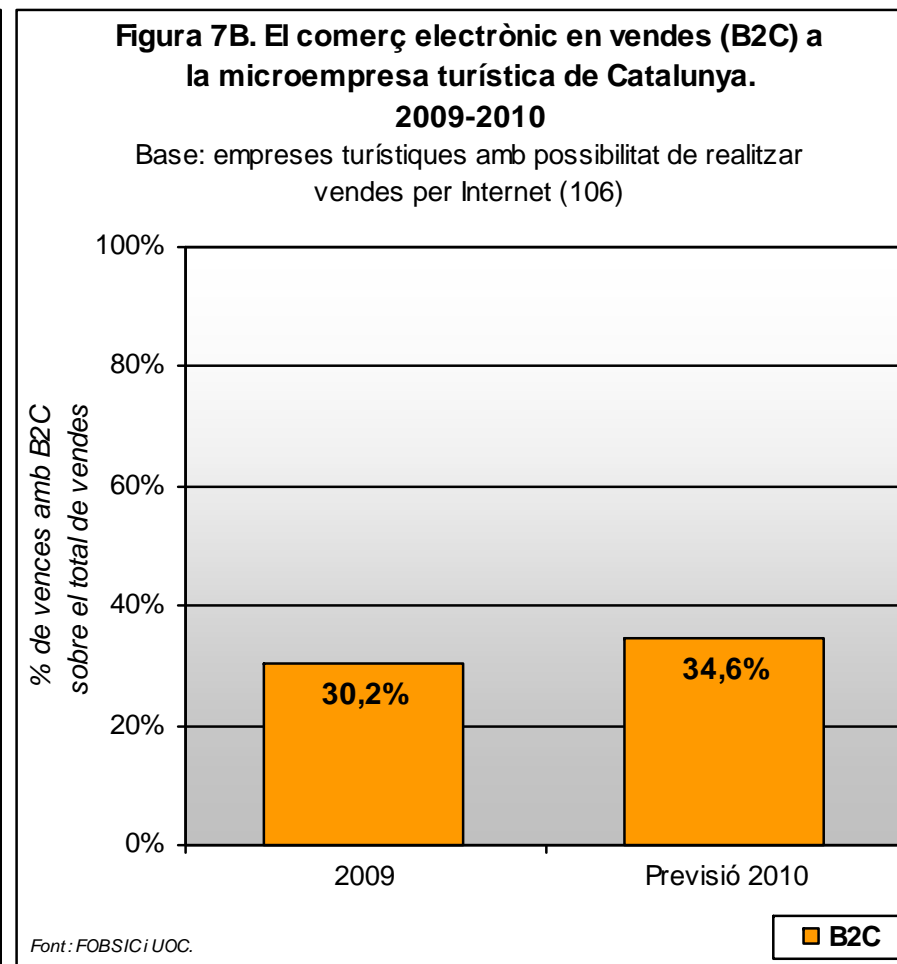
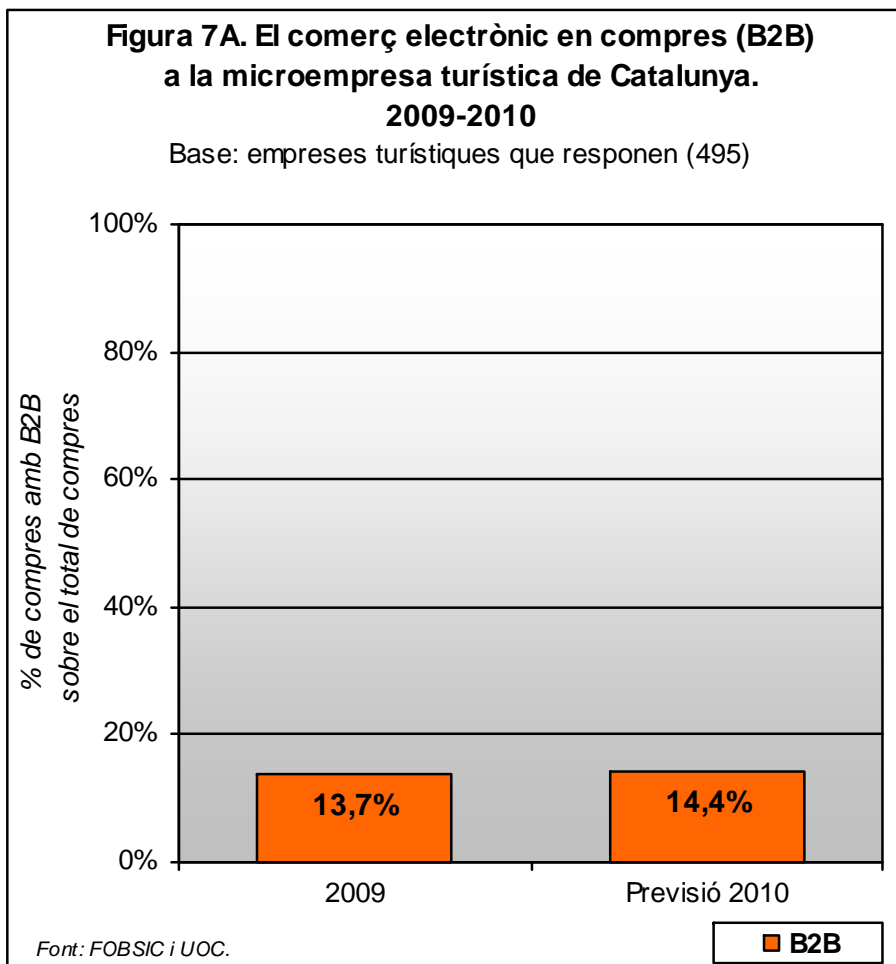




- Usos mitjans d'Internet a la microempresa turística.



- Baixa implantació del B2B i millor comportament del B2C a la microempresa turística.



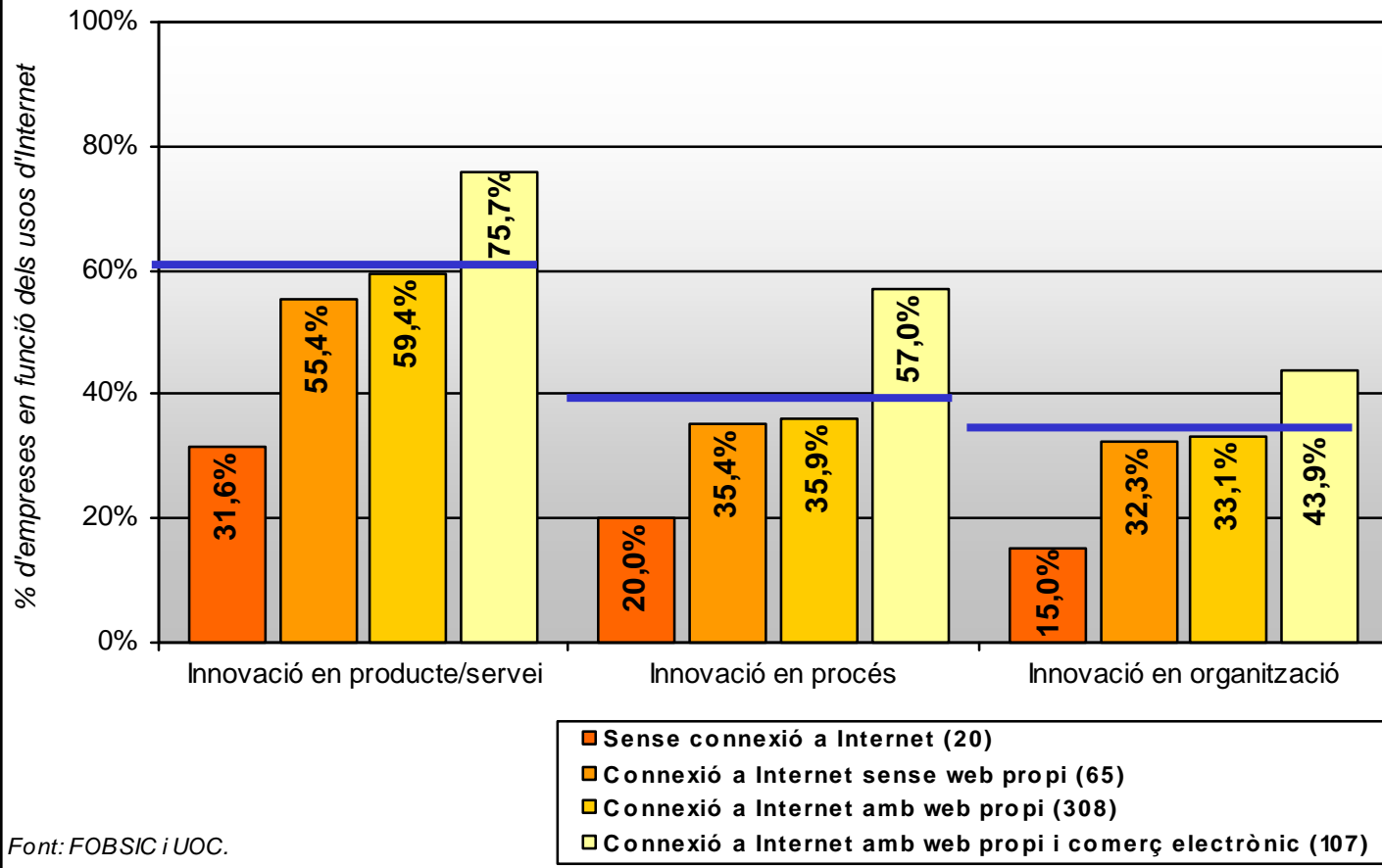


4. Usos TIC i canvi estructural a la microempresa turística

- Les microempreses turístiques que usen més intensivament les TIC són més innovadores.

Figura 8. Els usos d'Internet i la innovació a la microempresa turística de Catalunya

Base: empreses turístiques; Opcions multiresposta

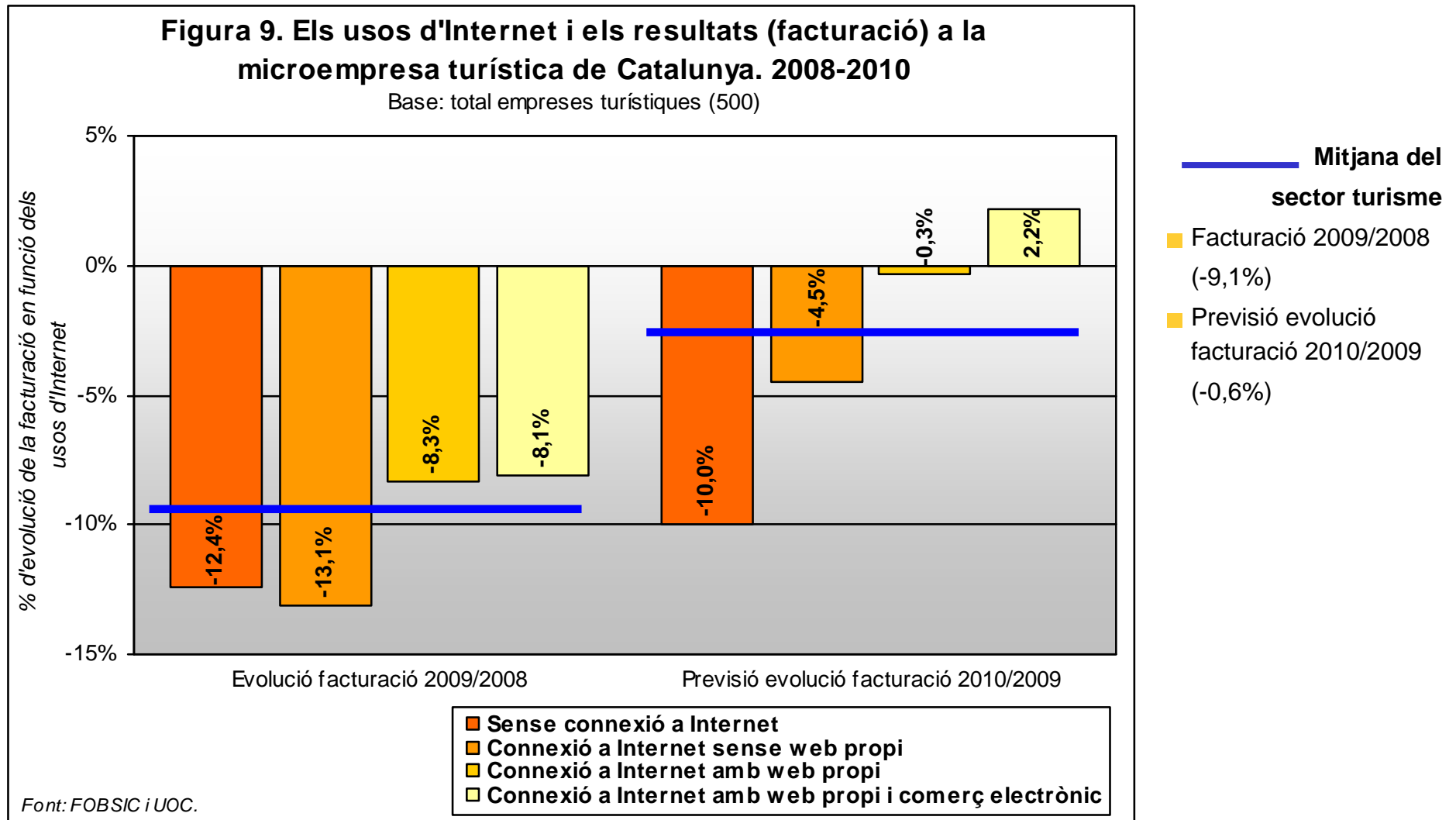


Font: FOBSIC i UOC.

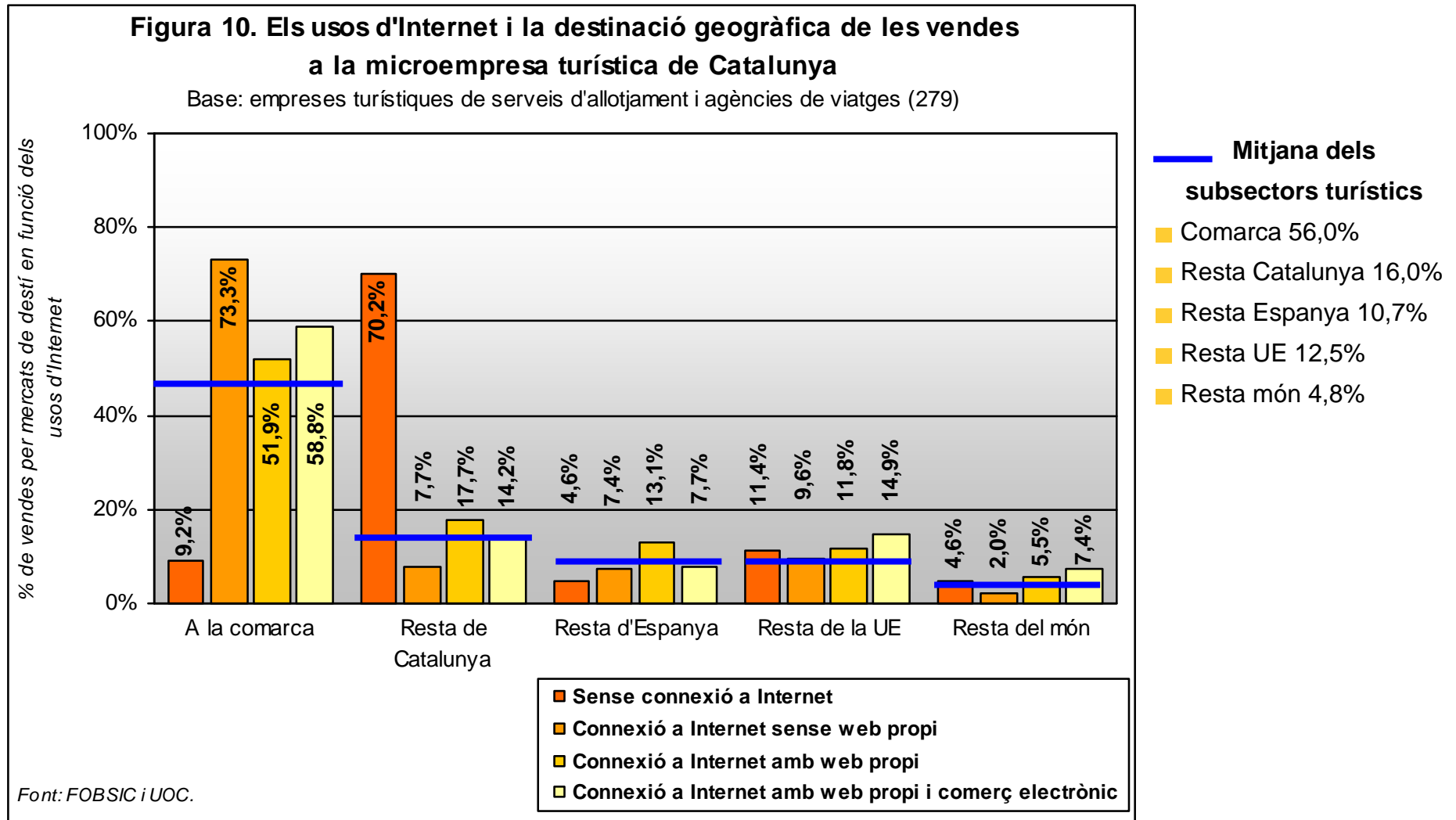
Mitjana del sector turisme

- Innovació en producte/servei 61,2% (306)
- Innovació en procés 39,6% (199)
- Innovació en organització 34,4% (173)

- Els usos intensius de les TIC milloren els resultats de la microempresa turística.



- **El repte de la internacionalització:** les microempreses que usen més les TIC estan més internacionalitzades.





5. Conclusions

PUNTS FORTS	REPTES DE MILLORA
<p>Estructura empresarial i perfil d'empresari</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.- Especialització sectorial 2.- Teixit empresarial jove i amb base emprenedora 3.- Presència dones i directius joves formats 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Ampliació de la base de dimensió 2. Extensió estoc formatiu a tot el teixit 3. Ampliació de formació i competències digitals
<p>Elements de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.- Elevada implantació del treball autoprogramable 5.- Relacions laborals estables 6.- Orientació al client i innovació en producte 	<ul style="list-style-type: none"> 4. Retribució del treball per objectius 5. Més flexiseguretat a les relacions laborals 6. Innovació en procés i organització
<p>Usos TIC i comerç electrònic</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.- Intensitat dels empresaris, i en informació 8.- Bona evolució B2C 9.- Proximitat provisió i valoració ajudes TIC rebudes 	<ul style="list-style-type: none"> 7. Extensió als treballadors i a tota la cadena de valor 8. Millora del B2B 9. Millora coneixement i utilitat d'ajudes i programes
<p>Resultats</p> <ul style="list-style-type: none"> 10.- Millora de la facturació al 2010 11.- Més usos TIC, més innovació i millors resultats 12.- Base competitiva interior i sinèrgia amb comerç 	<ul style="list-style-type: none"> 10. Extensió de la millora a tot el teixit 11. Extensió efectes sinèrgics usos TIC 12. Molta més presència internacional

FOBSIC



Fundació Observatori
per a la Societat
de la Informació de
Catalunya