

# } Estrategia Internet en las empresas: Preguntas y Respuestas |

**Autor:** D. Santiago Bonet (Responsable de Unid. Tecnologías AIMME)

## 1. LA INDUSTRIA/EMPRESA VALENCIANA, ¿ESTÁ PREPARADA PARA ASUMIR LO QUE CONLLEVA REALIZAR COMERCIO ELECTRÓNICO?.

La empresa Valenciana tiene desde antaño, en general, un carácter exportador, emprendedor, innovador, y además, prudente, con lo que la respuesta es que sí que está preparada para asumirlo.

El único problema que aparece es la escala de tiempos utilizada para medir el cuándo empieza a asumirlo y a qué velocidad está dispuesta a asumirlo, es decir, quizá no los asuma a la velocidad que les gustaría a muchos, por el simple motivo de que la asimilación de las tecnologías TIC la han de realizar las personas que trabajan en la empresa: es un problema social, de recursos humanos, al tener que incorporar el puesto de trabajo de marketing para vender más, y de informática-comunicaciones para vender mejor. Estas dos figuras que aparecen al lado del gerente, son habituales en las grandes empresas pero nuevas en muchos casos en la Pyme.

Para resolver dicho problema se requiere:

} Inversión en tecnología: pero sólo la mínima, según la capacidad de asimilación de la empresa, para llevarlo a cabo con garantías de éxito.

} Adecuación de los recursos humanos: formando personalmente a todos los puestos clave de la cadena de negocio, con especial énfasis en que el Gerente debe conocer los ámbitos del Marketing e Internet, el Resp. De Marketing debe conocer además Internet, y el Resp. de Informática debe conocer además Internet y Marketing.

} Cambio en los procesos: adecuando todos los procesos internos de forma gradual, con el único objetivo final de hacer más productivas a las personas, mejorando así la competitividad general de la empresa. Si al final de la inversión y la formación no se incentiva que las personas trabajen mejor y sean más productivas, se habrá hecho en balde todo el esfuerzo.

Por otro lado, la Universidad ha jugado un papel trascendental en la formación del tejido industrial valenciano, y debe seguir en la línea de apoyar esta transformación de nuestras empresas, adaptando sus líneas de formación postgrado para reciclar a todos los agentes implicados en el cambio, y preparando adecuadamente a todos los nuevos agentes que se incorporarán en el sistema productivo en los próximos años.

## 2. ¿QUÉ SIGNIFICA QUE UNA EMPRESA ESTÁ EN INTERNET?.

Una empresa puede estar en Internet de muchas formas. Analizando los extremos:

Empresas que están en Internet de manera simbólica: con una página web estática, sin cambios en sus contenidos a lo largo del año, es útil sólo para crear imagen de marca y darse a conocer a empresas nuevas. Un mismo visitante no suele volver a dicha página a partir de la segunda visita si no aprecia valor añadido y actualización de la información.

## } Estrategia Internet en las empresas: Preguntas y Respuestas |

Empresas que están en Internet de manera estratégica: son empresas que están asimilando completamente la utilidad del nuevo medio, que han transformado o están transformando todos sus procesos (compras, ventas, atención al cliente, comunicación, colaboración, formación, etc.) para que utilicen el nuevo medio en el trabajo cotidiano con el único objetivo de reducir gastos e incrementar ingresos, o sea, obtener mayores beneficios.

### 3. ¿QUÉ VALOR AÑADIDO BUSCAN CON SU PRESENCIA EN ESTE MEDIO?.

Siguiendo con el análisis de los extremos:

Empresas que están en Internet de manera simbólica: Generalmente en un primer estadio buscan vender a nuevos clientes por este nuevo canal, aunque al final muchas se conforman con el valor añadido de dar imagen de innovadoras frente a la competencia por Internet.

Empresas que están en Internet de manera estratégica: Estas empresas son las que se han propuesto como objetivo:

- } Crecer paso a paso con el apoyo de Internet, por ejemplo, ampliando el mercado buscando distribuidores por Internet.
- } Colaborar mediante la creación de redes físicas apoyadas con lo electrónico con clientes, proveedores, socios, de cara a aumentar la productividad de la empresa.
- } Proponer / aprender / experimentar nuevas formas de hacer negocio junto con los colaboradores habituales (clientes, proveedores). Cada empresa es "un mundo", y debe aprender por ella misma cual es su estrategia mejor para cumplir el objetivo de hacerla más productiva, en definitiva, más competitiva.

### 4. LAS PLATAFORMAS DE NEGOCIO EN INTERNET, ¿QUÉ SON?.

En resumen, son las diversas tecnologías que dan soporte a la actividad de una empresa a través de Internet.

Volviendo al análisis de los extremos:

Empresas que están en Internet de manera simbólica: Generalmente utilizan la plataforma mínima web-email, acudiendo a un Proveedor de Acceso a Internet (ISP) para disponer de conexión mínima, RTB o RDSI, y almacenamiento de página web con alguna cuenta de correo electrónico.

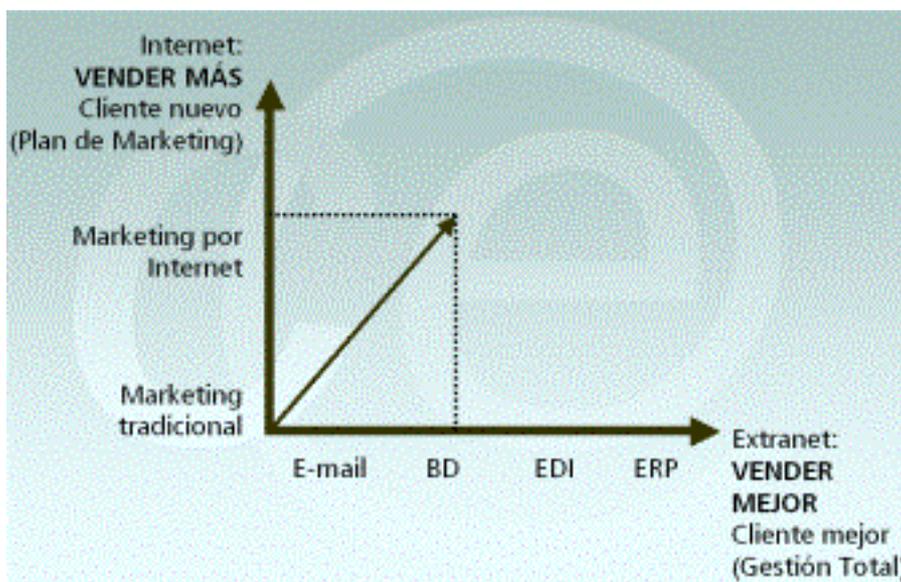
Empresas que están en Internet de manera estratégica: Generalmente disponen de una conexión de banda ancha (ADSL, cable o Frame Relay), almacenamiento de aplicaciones web (extranet, intranet, e-learning, etc.) en un ISP o en un servidor propio (web, email, firewall, dns, etc.), nombre de dominio propio con cuentas de correo electrónico para todo el personal o por Departamentos, y sólo algunas utilizan sistemas más sofisticados denominados marketplaces o mercados electrónicos.

### 5. E-LOCOMOTORA, ¿QUÉ ES Y CUÁL ES SU PAPEL?.

El concepto de e-locomotora, lo utilizo para transmitir el mensaje a las empresas, que para realizar todos estos cambios descritos anteriormente, hace falta una persona dentro de la organización que conozca todas estas ideas, las entienda, y emprenda una labor nada fácil de ir transformando las costumbres del "mundo papel" de todas y cada una de las personas de la empresa, hacia el "mundo electrónico", lo que en nuestra experiencia

} Estrategia Internet en las empresas: Preguntas y Respuestas |

denominamos "subir una escalera". El primer peldaño supone estar conectados (disponer de equipos, formación sobre Internet y conexión), el segundo peldaño supone asimilar la utilidad del nuevo medio (acceso a información web, y uso intensivo del email), el tercer peldaño transformar la informática de la empresa para incorporar la componente de comunicaciones (TIC) en cada uno de los procesos (eBusiness), y el último peldaño el complementar el marketing tradicional de la empresa con marketing por Internet.



Toda esta información sobre nuestra experiencia adquirida desde 1995 mediante diversos proyectos de I+D+I con nuestras 620 empresas asociadas, está disponible de forma ampliada y con acceso gratuito en la página web del CENTRO DE NEGOCIO LOCAL de AIMME:

<http://cnl.aimme.es>

Si su empresa está interesada en dejar de estar en Internet de manera simbólica, y en empezar a estar de manera estratégica, recuerde que AIMME ofrece asesoramiento personalizado gratuito en el marco del Proyecto REDCNL-Red Española de Centros de Negocio Local.

