

Aplicaciones Internet-Intranet y las nuevas formas de negocio electrónico

Conrado Alonso Elipe, Brain Consulting

Todos sabemos la importancia que tienen las redes de ordenadores y las comunicaciones internas dentro de la empresa. En este artículo, sin embargo, nos vamos a centrar en las **nuevas tecnologías de Internet aplicadas a la empresa**, que están suponiendo ya una verdadera revolución en la comunicación y en las formas de interacción entre éstas, sus clientes y sus proveedores.

Hablaremos de páginas Web corporativas, catálogos electrónicos, tiendas virtuales, intranets, teletrabajo, y de las nuevas formas de negocio electrónico (B2B), donde la reducción de costes y agilización de trámites entre clientes y proveedores pueden revolucionar a medio plazo las comunicaciones entre empresas.

DE EMPRESA A CLIENTE (B2C)

La página Web corporativa

No debe servir sólo para presentar nuestra empresa en Internet (o para que nos vea la competencia). Más bien, debe ir encaminada a ofrecer una mejor información, atención y servicio a nuestros clientes. Esta página debe estar desarrollada por un equipo profesional (preferiblemente externo) que aporte imagen y valor añadidos. El diseño y la funcionalidad de la Web son fundamentales los clientes deben percibir que se apuesta por las nuevas tecnologías para mejorar y agilizar los servicios.

Estos son algunos de los errores más frecuentes:

Evitemos que nuestra página web la desarrolle un conocido o un familiar que "sabe de ordenadores". *Dar una mala imagen es peor que no dar ninguna.*

No es conveniente encargar el desarrollo de la web a nuestro propio dpto. informático: la mayoría de las veces están sobrecargados de trabajo.

No olvidar que una parte fundamental de la web es su diseño y los informáticos no son diseñadores gráficos.

Compremos un dominio del tipo **miempresa.com** o similar y no alojemos nuestra web en un servidor gratuito de nombre impronunciable. La lentitud y la dificultad de tipografiado pueden ser determinantes para que los clientes no repitan la experiencia.

Dejar morir la página. ¿Quién va a entrar en una web en la que se puede leer "última actualización Enero de 1998"? Planteemos una política de actualizaciones razonable.

Catálogos electrónicos

Cada vez es más importante que el cliente final disponga de información actualizada de los productos o servicios, consulte características, o pueda bajarse de internet manuales actualizados.

Para ello, podemos incluir en la página web de nuestra empresa un **catálogo electrónico de productos**, con una *Zona de Administración* de forma que nuestro propio personal pueda darlos de alta o modificarlos de forma instantánea.

Ventajas:

Mejor atención al cliente: los clientes podrán resolver ellos mismos un alto índice de dudas que de otra manera consultarían telefónicamente. Esto supone una mejora de la calidad de servicio percibida por el cliente, pues no dependen de horarios ni de personas.

Ahorro de costes indirectos: ¿En cuánto valoramos el tiempo que dedica nuestro personal técnico y comercial a resolver estas cuestiones que podrían resolverse con un *click* en

nuestra web? ¿Cuántos clientes hemos perdido por culpa de frases como "...*pues en estos momentos no puede atenderle. ¿Puede llamarme más tarde?*"

Ahorro de costes de distribución: ¿Sabe cuánto cuesta enviar un catálogo de 800 productos, impreso a cuatro tintas y encuadernado en carpeta de anillas a 1000 clientes distribuidos por toda España? Le recomiendo que haga la cuenta.

Ahorro en actualizaciones: A la cuenta anterior puede sumarle el mantener a sus clientes al día de sus nuevos productos. Es más fácil (y barato) que el cliente se baje el catálogo en formato electrónico (pdf) y se imprima lo que desee.

Ahorro de actualizaciones en web: Si la página dispone de *Zona de Administración* (hay que dejarla preparada para ello en la etapa de diseño), nuestro propio personal podrá actualizar o modificar nuestros productos de forma instantánea y sin el concurso de ninguna consultoría externa. Esta opción es muy conveniente por su flexibilidad y rápida amortización.

Si no disponemos en nuestra web de zona de administración para actualizar nosotros los productos (bien porque tenemos un volumen de productos pequeño o porque preferimos externalizar esta actividad), debemos contar con una adecuada política de actualizaciones. *No debemos permitir que nuestros clientes creen que nuestra empresa lleva ocho meses sin hacer nada nuevo.*

Tiendas virtuales (e-commerce)

Una tienda virtual no es sólo un catálogo electrónico donde además podemos comprar productos. Es eso y más:

Debe estar especialmente *orientada al cliente final (e-consumer).*

Debe contar con *carrito de la compra* para realizar múltiples compras.

Debe estar perfectamente explicado todo el proceso de compra y envío del producto, especificando los costes de transporte y plazos de recepción desde el pedido.

La compra debe ser segura. Para ello existen las llamadas "pasarelas bancarias" por las que es el Banco el que se encarga de la transacción económica, verificando que la tarjeta del cliente cuenta con los necesarios fondos para llevarla a cabo. Es además una compra (en caliente).

Esta forma de negocio es especialmente interesante para los fabricantes que desean vender directamente sus productos al consumidor (M2C) o desean ampliar su actividad exportadora sin ampliar su red comercial.

Hay que tener en cuenta que, pese a que el incremento del *e-commerce* en España no ha sido tan espectacular como se auguraba, se espera que se facture en 2001 por este concepto más de 63.750 millones de pesetas con un crecimiento del 250 % respecto al año pasado.

Otras aplicaciones

La tecnología actual permite desarrollar otras muchas aplicaciones que hasta hace unos pocos años eran inviables; automatización de presupuestos, respuesta automática de mensajes, corrección automática de cuestionarios, *test* o estudios de mercado por internet, etc.

DENTRO DE LA PROPIA EMPRESA

Intranets

Cuando hablamos de comunicación de ordenadores aunque no se encuentren dentro del mismo espacio físico, hablaremos de Intranets. Si hoy por hoy, dentro de nuestra empresa la comunicación entre ordenadores es imprescindible, ¿por qué no preparamos esta red para poder conectarnos desde cualquier lugar donde nos encontremos?

Esto es especialmente interesante en empresas multidistribuidas. Es posible conectar nuestras delegaciones entre sí o acceder desde el ordenador de nuestra casa al servidor de la empresa sin apenas realizar modificaciones en nuestros equipos. Todo ello con garantía de velocidad y de seguridad básicas prácticamente sin cambios. Con esto conseguiremos desde compartir ficheros a ejecutar aplicaciones en modo remoto.

La gran ventaja de estas aplicaciones consiste en su especial estructura cliente-servidor orientada a internet, lo que permite que pese a que las velocidades de transferencia son mucho menores que una red de ordenadores, podamos obtener similares prestaciones (recordemos que una RDSI nos da como máximo 128 kb/s mientras que la red de nuestra empresa puede ir a 10 o 100 Mb/s). Esto es posible porque toda la carga de trabajo la realiza el servidor, devolviendo sólo los resultados en pantalla del ordenador cliente, y liberando a la red del trasiego de datos de otras arquitecturas.

Podemos encontrarnos con aplicaciones de intranet para:

Conexión y centralización de sedes.

Juntas de accionistas: voto seguro y autenticado en las Juntas de accionistas.

Compartición de documentos
Teletrabajo

DENTRO DE LA PROPIA EMPRESA

Comunicación entre empresas (B2B)

Aparece un nuevo campo de aplicación para Internet que es la posibilidad de hacer negocios entre empresas electrónicamente. Esto interviene en:

1) **La relación con nuestros proveedores:** Podemos utilizar la tecnología de internet para unificar y automatizar nuestros sistemas de gestión - producción y los de nuestros proveedores. La idea es evitar el papeleo que se realiza entre las dos empresas cada vez que se realiza un pedido, efectuando éste desde nuestro sistema al del

proveedor vía internet y devolviendo éste una respuesta.

Esta automatización implica un incremento en la velocidad de gestión, disminución de costes del personal encargado, permitiendo además que nuestro cliente pueda ver el estado en el que se encuentra su pedido o cualquier otro dato que él necesite en cualquier momento.

Probablemente estos servicios no nos hagan conseguir más clientes, pero sí vamos a reducir costes y tiempo; aportando por tanto imagen y valor añadido a nuestra empresa.

2) **La relación con nuestros clientes:** Si somos una empresa intermedia (nuestros clientes no son el consumidor final) se puede aplicar esta misma gestión de pedidos con nuestros clientes.

3) **Grupos de compra:** o relación directa entre empresas con la finalidad principal de ahorrar costes por *rappels* de compra. Utilizaremos la estructura del B2B, en donde siempre suele estar presente al menos una empresa de logística (que se encarga de la distribución de los productos) y un Banco (para realizar los pagos de forma segura), para que las empresas realicen sus compras y ventas.

Aunque conceptualmente es muy sencillo, no es fácil de aplicar. Necesitamos integrar perfectamente los sistemas de producción compras y ventas de las empresas quieran participar. Necesitamos definir unos estándares para que la orden de pedido del comprador sea perfectamente compatible con la del vendedor.

Este podría ser el futuro de las comunicaciones entre empresas, pero para esto necesitamos una gran concienciación por parte de las empresas de las ventajas que pueden obtener a medio plazo con estos sistemas

En definitiva, las tecnologías de Internet están revolucionando las comunicaciones y transacciones entre empresas, proveedores y consumidores finales; y se espera un avance cuantitativo muy importante en la implantación de estas aplicaciones en los próximos años. ■