



Cómo Puede la Empresa Mejorar Resultados Usando Internet

www.gritainternet.com

Grita Internet. Servicios & Estrategias S.L. Avenida Juan Carlos I, 59, 7ºD. 30100 Murcia
Tfno: 968 90 68 68 Fax: 968 90 69 00 E-mail: info@gritainternet.com

Internet es un mercado real para hacer negocios y son muchas las posibilidades que ofrece a las empresas, aunque actualmente éstas están en un momento de expectación hacia las Nuevas Tecnologías en general e Internet en particular.

El uso de Internet está creciendo de forma exponencial y así nos lo confirma el estado actual y las previsiones. En España, las transacciones electrónicas entre empresas han sido de 4.7 billones de pesetas en el año 2000 según la Asociación Española de Comercio Electrónico. Pero más allá de las cifras, hemos de extraer conclusiones.

Hemos de tener en cuenta que no tiene sentido intentar aplicar los mismos principios a una multinacional que a una Pequeña Y Mediana Empresa (PYME). Por ello, hay que analizar cada caso y definir una línea de trabajo en función de sus necesidades y recursos.

Al menos sobre el papel, Internet ofrece gran cantidad de oportunidades:

1. **Mejoras en el área de marketing y comercial:**

o **Acciones de comunicación a bajo coste**

Tenemos que considerar que podemos emplear Internet para comunicarnos con clientes actuales, con clientes potenciales, con proveedores, con el personal de nuestra empresa, etc.

La publicidad en Internet es mucho más rentable que en medios tradicionales debido a los menores costes de ésta y de la gran segmentación que conseguimos.

- o Mejora de la **atención** al cliente actual y potencial, a los proveedores y a los trabajadores, ya que a través del sitio web y del correo electrónico, podemos interactuar con ellos los 365 días del año 24 horas del día.
- o Mayor conocimiento de **los clientes y de su satisfacción**: Debido a los bajos costes de interacción con el cliente y a las posibilidades que nos ofrece la tecnología, podemos obtener muchísima información sobre ellos a un coste muy bajo.

Podemos recoger esta información tanto de manera activa como pasiva y saber cuáles son los productos que más consultan, cuál es el tiempo de permanencia en cada una de nuestras páginas, cuántos usuarios nos visitan diariamente, cuál es la efectividad de nuestras distintas acciones de comunicación, etc.

- o **Mejora de la comunicación** a los clientes y la **información que tienen de los productos o servicios**
- o Posibilidad de expansión internacional a bajo coste y acceso a **mercados dispersos geográficamente**. Este punto es una consecuencia directa de las posibilidades de comunicación y segmentación que el medio nos ofrece.
- o **Refuerzo de la imagen corporativa**. Internet y los diferentes soportes que contiene (correo electrónico, foro, chat, revista electrónica, intranet, etc), nos ofrece la posibilidad de transmitir y reforzar la imagen corporativa de la empresa

2. **Mejoras en la gestión de compras y de la cadena de suministro**

Las mejoras en esta área están directamente relacionadas con los mercados virtuales (e-marketplaces) así como las posibilidades de comunicación intrínsecas a Internet. También están muy relacionadas con los sistemas de información empleados.

Las posibilidades son importantísimas como señalamos a continuación:

- **Disminución de los precios de adquisición de las compras** entre un 5 y un 15%. Esta característica es la más importante ya que está directamente vinculado con el precio del producto / servicio. Esta reducción de costes está relacionada con la posibilidad de acceso a más proveedores así como las facilidades en el proceso de negociación.
 - **Disminución de los costes de los procesos de compras** debido a la mejora de la eficiencia de los mismos. Éste es un punto muy importante para la gran empresa pero no tanto para la pequeña y mediana debido a que los costes de los procesos de compras no son elevados.
 - Reducción de costes de compra debido a la **eliminación de intermediarios**: Éste es un factor a tener en cuenta ya que consigue una reducción de costes importante aunque siempre hay que tener en cuenta los posibles conflictos en el canal.
 - **Ampliación del número de proveedores potenciales y disminución del tiempo de localización** debido a la facilidad de acceso a la información existente en Internet. En este caso es importante señalar el carácter provincial, nacional o internacional de los proveedores. Obviamente, cuanto menos local sea el carácter de los proveedores más posibilidades tendremos.
3. **Mejora de los procesos de la empresa**: La introducción de las nuevas tecnologías es el momento adecuado para analizar y mejorar los procesos de negocio. Este proyecto ha de ser considerado teniendo en cuenta, tanto la vertiente tecnológica como la vertiente de negocio.
4. **Aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio y nuevas ventajas competitivas**. Internet y los nuevos modelos de negocio hacen que aparezcan gran cantidad de oportunidades tanto a corto como a largo plazo, que las empresas han de evaluar para poder aprovecharlas.

En este punto, la ventaja de posicionarse como líder en un determinado segmento en Internet es una importante oportunidad que conlleva interesantes beneficios tanto a medio como a largo plazo.

5. **Mejora de la gestión de recursos humanos** debido a la mejora de eficacia y eficiencia que Internet aporta en los procesos de reclutamiento, selección, formación, comunicación interna, gestión del conocimiento, etc.

Debido a todas estas posibilidades que han sido desarrolladas anteriormente, existe una repercusión directa en los resultados empresariales que se puede resumir en los siguientes:

- **Incremento de ventas** debido a varios fenómenos: captación de nuevos clientes, mayor fidelización, aumento de las ventas a los clientes actuales y ventas cruzadas, mayor conocimiento de los productos y servicios por parte de los clientes, refuerzo imagen corporativa,...
- **Disminución de costes** debido a las mejoras en la comunicación y en los procesos
- **Incremento de los márgenes de beneficio** como consecuencia directa del incremento de ingresos y de la reducción de costes

- **Fidelización de los clientes** gracias al mayor conocimiento de sus necesidades y la flexibilidad para atenderlas

Hasta ahora se han desarrollado las importantes ventajas que Internet puede ofrecerle a la empresa pero ahora cabe preguntarse, **¿cuál es la realidad?**

La realidad es que actualmente la empresa, en general, no está obteniendo resultados empleando Internet debido a los siguientes motivos:

- **Desconocimiento total o parcial de las importantes oportunidades** que ofrecen las Nuevas Tecnologías lo que lleva a **falta de apoyo por parte de la dirección.**
- Se **subestiman las oportunidades** que ofrece Internet a la empresa.
- **Falta de personal con una visión global del proyecto** tanto desde el punto de vista empresarial como tecnológico.
- **No se remodelan los procesos** de la empresa para la correcta adecuación del negocio.
- **Incorrecto desarrollo de acciones de comunicación** en internet.
- **Falta de metodología** en el desarrollo del proyecto.

De estos puntos, el más importante es la formación. Existe un gran problema de desconocimiento de las posibilidades que Internet ofrece a la manera de hacer negocios con lo que se considera una "moda" y no se aprovechan estas ventajas.

Tras haber analizado la situación actual, las líneas de actuación necesarias para conseguir que la empresa obtenga resultados pasan por:

- **Formación** en el área de Negocios en Internet: No es necesaria una formación técnica sino enfocada a cómo emplear Internet para hacer negocios.
- Plantear Internet como una manera de **mejorar resultados empresariales** y que debe ser **responsabilidad de la Dirección de la empresa.**
- Necesidad de **expertos internos o externos en esta área**
- Plantear los Negocios en Internet de manera **estratégica**
- Estar dispuesto a **replantearse el modelo de negocio y los procesos de la empresa**

Tras este artículo, esperamos haber conseguido reflejar de una manera clara cuales son las posibilidades reales de los negocios en Internet (e-business), el estado actual en España y cuales son las líneas de acción a seguir para conseguir que la empresa aproveche todas las oportunidades que Internet le ofrece.