

Aplicaciones de Internet en la Pyme

Autor: D. Gerardo Javier Vilet (Postgrado de la FCA-UASLP México)

Si se observan a las empresas exitosas en la actualidad, se podrán descubrir algunos puntos comunes que las caracterizan, por ejemplo:

- } Cercanía con el cliente. Lo conocen, saben sus necesidades y la manera de satisfacerlas, están en contacto permanente con él.
- } Servicios Asociados a la Venta. Las empresas de éxito proporcionan servicios a sus clientes antes y después de la venta, para asesorarlos y guiarlos en la adquisición y uso de sus productos.
- } Precios Competitivos. Respetan los precios de mercado, pero dada su estructura de costos, pueden continuar manejando márgenes atractivos de rendimiento.
- } Calidad Mundial. La calidad de los productos y servicios que ofrecen es reconocida y, en muchos casos, está certificada por organismos nacionales o internacionales.
- } Posicionamiento. Los productos y servicios que ofrecen ya ocupan un lugar especial en la mente del consumidor.

La pregunta ahora es, ¿cómo puede una Tecnología como Internet apoyar a una organización para convertirse en una empresa exitosa?

La infraestructura de comunicación que proporciona Internet, puede ayudar a una Empresa en varios aspectos fundamentales de su funcionamiento, algunos de los cuáles se destacan a continuación.

Consideremos algunos ejemplos:

Un caso común es, ¿de qué manera realiza una empresa un pedido de materiales a sus proveedores, hoy en día?

Utilizan alguno de los siguientes medios: teléfono, fax, mensajería o correo. Sin embargo cada uno de ellos tiene ventajas comparadas con el otro. Por ejemplo, el Correo es barato, pero es lento. La comunicación por Teléfono es instantánea, pero costosa y sujeta a horarios específicos. La mensajería es más rápida que el correo, pero más cara y más lenta que el teléfono. El fax es una muy buena solución para transmisión de listas de pedidos, pero las tarifas del servicio telefónico complican los costos cuando los proveedores no son de nuestra ciudad o de nuestro país.

¿Que Posibilidades Ofrece Internet, en este caso?

Aquí ofrece muchas oportunidades el servicio de Correo Electrónico, a través del cual se puede hacer llegar la lista de pedidos al proveedor en forma instantánea, confiable, sin costo y sin restricciones de horario. No importa en donde se encuentre. Dado que el uso de este servicio implica para la empresa conectarse con su proveedor de Internet local, los costos de comunicación son muy bajos, aun cuando el correo sea enviado a Estados Unidos, por ejemplo.

Además, la generación del pedido se puede Sistematizar, integrando al sistema de inventarios de la empresa los criterios para generar un pedido, sobre la base de necesidades de producción y existencias en inventarios, y que el mismo sistema sea quien redacte y envíe el correo electrónico. Este proceso de automatización disminuye la intervención del personal, lo que provoca disminución de costos e incremento en la efectividad del proceso.

Sin profundizar más, las bondades de la Tecnología saltan a la vista: Disminución drástica de costos, mejoramiento de los tiempos de proceso, comunicación inmediata y efectiva, etc.

Otro ejemplo muy ilustrativo es: ¿cómo promocionar y vender un producto o servicio en otro lugar, como puede ser en el extranjero?

La promoción de un producto es un punto clave en la estrategia de Mercadotecnia de las

Aplicaciones de Internet en la Pyme |

organizaciones. Es la comunicación al cliente del satisfactor que la empresa ha creado para sus necesidades. Pero es en la actualidad, a la vez, un proceso de cierto costo y alcance que compromete su efectividad. Por ejemplo, se pueden utilizar los medios (T.V., revistas, periódico o volantes) para la publicidad. Sin embargo, en todos ellos el alcance está en relación directa con los costos. A mayor alcance, mayor costo.

Por otro lado, una vez que se ha llegado al cliente, ¿cómo atender sus dudas y pedidos en forma efectiva? ¿Abrir oficinas locales, cuántas, dónde, a qué costos? ¿Contratar los servicios de líneas telefónicas 900, cuántas, a qué costos?

¿Qué posibilidades habilita Internet?

A través de la red se puede ubicar la publicidad en las Páginas WEB más visitadas por nuestro mercado meta, llegando con ello a miles de personas en forma potencial. Este servicio se contrata directamente con los Proveedores de Internet.

Pero más interesante aún, la empresa puede crear su propio sitio WEB, con la ayuda de su Proveedor de Internet o de un Asesor del tema, donde ubique páginas que presenten sus productos y servicios, respondan a las dudas más comunes de los clientes (listas FAQ – Frequently Asked Questions) y, mediante herramientas interactivas, pueden incluso captar el pedido del cliente y procesar una autorización bancaria para el uso de una tarjeta de crédito o débito.

Luego entonces, toda la labor de promoción y venta se puede realizar con la tecnología de las páginas WEB, dentro de Internet que, por si fuera poco, están disponibles todo el día y la noche (sin restricción de horario), son visibles y utilizables desde cualquier parte del mundo, pueden atender a múltiples clientes en forma simultánea y, en contra de lo esperado, no resultan muy costosas.

Nuevamente los efectos son importantes: disminución drástica de costos, comunicación efectiva, el cliente no se mueve de su lugar, disponibilidad, etc.

Evidentemente que todas estas características benéficas que se han destacado de Internet, implican que tanto la empresa, como sus clientes y proveedores necesitarían estar presentes en Internet. Esto, ¿qué tan factible es nuestro medio?

Esta es una pregunta interesante que necesita de un contexto para ser contestada. Y el contexto lo da el mercado en el que participa la organización.

Si el mercado es Internacional, seguramente que muchas de estas ventajas pueden verse cristalizadas inmediatamente. Si el mercado en el que participa es el nacional, solo considere que las tasas de crecimiento del número de usuarios de Internet en México han sido del 100% en los años inmediatos anteriores. Si el mercado es regional o local, la empresa tendrá que evaluar el nivel de tecnología existente y cuantificar las oportunidades que le plantea una comunicación inmediata, confiable, efectiva y de bajo costo que le ofrece la Red.

De cualquier manera, es evidente que las condiciones están cambiando rápidamente y que una gran cantidad de empresas está ya participando en esta nueva dimensión para hacer negocios.

La respuesta de su organización a este reto estará en función de la agresividad de sus directores, las oportunidades que alcancen a percibir por el uso de esta tecnología, las inversiones que estén dispuestos a realizar, e incluso, de lo que sus clientes, proveedores y competidores estén haciendo.

Más vale conocer las tendencias tecnológicas y reaccionar a tiempo, que verse sorprendido por los cambios y dejado de lado por la dinámica de los mercados.