

NUEVA CIBERECONOMÍA EN EL COMERCIO Y EN LAS TELECOMUNICACIONES, IMPACTO DEL MODELO E-BUSINESS



E-BUSINESS: A WHOLE WORLD FOR THE BUSINESS

ABSTRACT

This sentence interprets clearly what the e-business model has achieved in the organizations of the modern world.

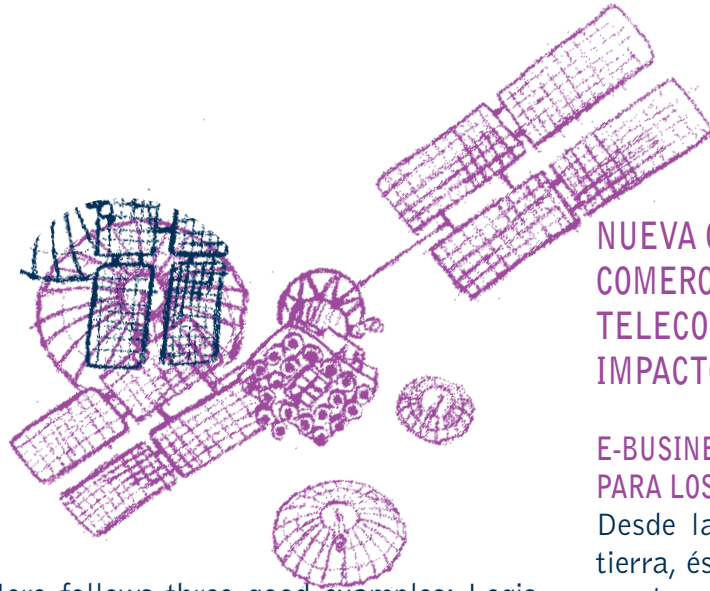
Now –a days that the competition for the business is around the world, it is not smart to take for granted the e-business model, which allows every company to take advantage in order to gain worldwide market through the Internet.

The job is not that easy. Nobody said it is easy. But in Colombia various companies have achieved to combine the traditional way of doing business with the new communications technologies called new economy (e-economy) obtaining excellent results.



ADOLFO LEÓN GUZMÁN ROJAS*

PABLO ALFREDO QUIÑÓNEZ CABEZAS**



NUEVA CIBERECONOMÍA EN EL COMERCIO Y EN LAS TELECOMUNICACIONES, IMPACTO DEL MODELO E-BUSINESS

E-BUSINESS: TODO UN MUNDO PARA LOS NEGOCIOS

Here follows three good examples: Legis, a traditional company, leader in legal information, juridical and entrepreneurial is now operating in various Latin-American countries. It's "virtual sales" are averaging or surpassing those of the junior vendor.

Bancolombia operates monthly 250 thousands transactions at the virtual office and 58% of the total transactions are being done by using the Internet. This is a very good example to show the benefits of the e-business taking into account the optimization of the company resource (reducing the transaction cost of US\$2.0 to US\$0.10.) and the efficiency in the handling of the time for the customers.

For El Tiempo, to extend its geographic coverage he has been one of its great benefits, because it allows him to arrive at any place of the world via electronics and the classified section is at present his service stars.

In Colombia exist another small, medium and great companies that using the e-business reach or maintain his competitiveness in the more and more hard-fought world of the business.

Desde la aparición del hombre sobre la tierra, éste ha aprovechado cuanto está a su alcance para transformar los medios y recursos naturales en bienes y servicios para su beneficio.

Son muchos los inventos y descubrimientos que a lo largo de la historia de la humanidad se han sucedido y han causado gran impacto en el desarrollo de las culturas, marcando diferencias considerables entre una generación y otra. El fuego, la pólvora, la imprenta, la máquina de vapor, el teléfono, entre muchos otros inventos y descubrimientos, hacen parte de los hitos marcados por el hombre.

Más recientemente, en los medios de transporte y las comunicaciones han habido progresos y mejoras importantes para acercar más a las personas de diferentes partes del mundo en corto tiempo, de manera confiable y en muchos casos a costos accesibles o adecuados.

* Ing. Sistemas M.B.A., promoción 08, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia, 2001.

** Ing. Sistemas M.B.A., promoción 08, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia, 2001.

Creemos que hoy asistimos a uno de los acontecimientos más revolucionarios y beneficiosos para el hombre en su afán de intercomunicar al mundo: la nueva economía. Término utilizado para diferenciar la forma como se realizan los negocios basándose en uno de los mayores inventos de los tiempos modernos: internet.

Y es que esta tecnología, cuyo auge comenzó a finales del pasado siglo, es la base para que toda una infraestructura de negocios, comunicaciones y relaciones tenga lugar. Su poder de interconexión e integración es tal que es difícil hoy encontrar empresas que no contemplen este medio como herramienta de negocios o como forma para acercarse a sus clientes y mantener relaciones con sus proveedores y el resto de la comunidad.

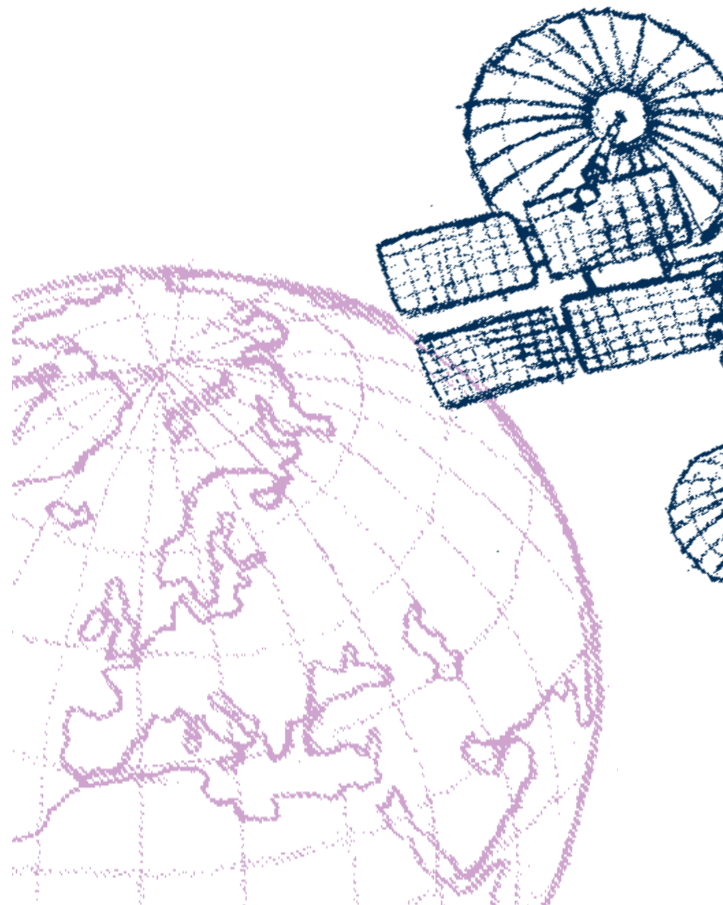
Estamos, pues, ante una realidad que obliga a cualquier organización (llámese país, empresa, institución) a tomar decisiones encaminadas a fortalecer su presencia y nivel de negociación a través de este medio. Mundialmente lo que conocemos como e-business (negocios electrónicos) se ha posicionado como un modelo efectivo en la generación de valor para las organizaciones. Colombia no puede ser la excepción si quiere permanecer en el panorama de comercio mundial.

El mejor momento para que una empresa ingrese al e-business fue ayer. Hoy es tarde pero puede dar la pelea. Mañana... No habrá mañana para esa empresa.

Con esta frase queremos significar que internet es la oportunidad para que las empresas tradicionales puedan avanzar de una manera dramática e inesperada hacia la nueva economía. Y también implica que aquellos jugadores de la vieja economía que no hayan liderado sus mercados podrán generar su propio liderazgo en internet. Muchas empresas grandes, pequeñas y me-

dianas podrán recrear su futuro y replantearse su propio mercado. Internet llevará, en definitiva, a ciertas empresas del viejo orden a integrarse en el grupo de la nueva economía, de la misma forma como lo hará con ciertas compañías, incluso aquellas con posiciones dominantes, que perderán su liderazgo, básicamente si no son capaces de visualizar lo que pueden hacer gracias a internet.

No es aventurado predecir que hoy el sano crecimiento de una organización depende de si está o no en internet. Las que no lo están le han regalado muchísimo espacio a la competencia, pues un mercado que día tras día crece a través de este medio es una opción que ninguna empresa de la llamada "economía tradicional" puede darse el lujo de desaprovechar. Sin embargo, el "estar" o "no estar" en internet no basta por sí



solo. Debe llevar consigo la capacidad de generar negocios por este medio. Negocios exitosos. No podemos olvidar, aunque suene obvio, que estamos en un mundo globalizado, cada vez con menos fronteras, cada vez con más opciones para comprar en un continente y vender en otro. ¿Cómo sustraernos de esa realidad y creer que con la forma "tradicional" de negociar vamos a generar riqueza para siempre? Y es que no es fácil generar riqueza. Nunca lo ha sido, y mucho menos ahora con la competencia tan cerca de nuestro negocio. Precisamente esa misma competencia es la que debe preocupar a una empresa para reevaluar su forma de hacer negocios.

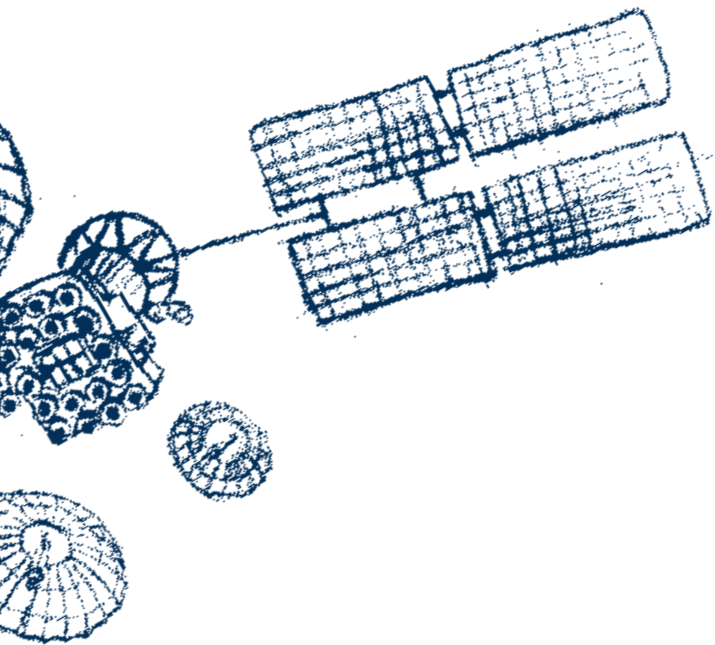
Por supuesto que Colombia no es ajena a esta realidad. El modelo e-business tocó a las puertas de la economía nacional y aun son pocas las organizaciones que lo

han dejado entrar. El ejemplo empieza por casa, aunque en forma lenta. El Gobierno Nacional está contribuyendo a crear la conciencia de la economía digital. Una de sus prioridades es el "Gobierno en línea". La Directiva 02 emanada de la Presidencia de la República ordena que todas las entidades públicas tengan presencia en internet. Para ofrecer información y servicios en línea a todos los ciudadanos colombianos, el gobierno impulsa la "Agenda de Conectividad". Una de sus conclusiones es: "Estamos frente a un nuevo modelo donde la prosperidad en la economía gira mucho más en torno al uso del conocimiento que a los recursos materiales"¹.

COLOMBIA: ENTRE LA EXPECTATIVA Y EL TEMOR AL FRACASO

En el sector privado las cosas son a otro precio. Aunque un estudio de la revista Dinero revela que las 100 empresas más importantes del país están 100% interesadas en este modelo y creen que sus beneficios son múltiples y reales, otra cosa sucede en el sector de las pequeñas y medianas empresas (pymes), que constituyen el grueso de la capacidad productiva del país. Allí existe el interés, mas no el total compromiso por adoptar este modelo. Las razones: múltiples y a la medida de cualquier interrogante. Entre otras, el factor económico es el más entendible. El presente milenio arrastra desde finales del siglo pasado un lastre recesivo que ha llevado a muchas empresas a concentrarse en no irse a la quiebra, más que pensar en nuevas formas de generar riqueza y valor. A esto le podemos agregar la desconfianza en la creación de negocios por internet, pues no es un secreto que a diario se crean las llamadas empresas.com con un

¹ Fuente: Revista Dinero.



alto potencial de éxito, y así mismo a diario van a la quiebra por diferentes razones. Es cuestión de moda, dirán algunos puristas en los temas de los negocios.

¿E-BUSINESS: UNA MODA PASAJERA?

Ha ocurrido antes con las teorías que en su tiempo parecían ser la solución a los males de cualquier empresa. Hoy algunos hablan mal de la reingeniería, el downsizing, los círculos de calidad total, etc.; pero estas teorías, a pesar de que algunos piensan lo contrario, han rendido sus frutos en su momento y muchas empresas se han beneficiado con ellas y lo siguen haciendo, y las siguen mejorando.

Sin embargo, existe una gran diferencia entre estas teorías –que, a nuestro criterio, no han sido “modas pasajeras”– y el e-business. La aplicabilidad de esas teorías generalmente involucraba el interior de la empresa. Cuando hablamos de e-business hablamos de globalidad. Luego, existe todo un mundo creado a partir de este modelo que hace que todos hablen el mismo lenguaje. Es una megatendencia que el mundo ha adoptado como su plataforma para generar negocios. Colombia en los actuales niveles de recesión debe considerar este modelo como su mejor alternativa de reactivación industrial y comercial, aprovechando esa capacidad para llegar a tantos mercados como sea posible. Afrontamos actualmente una gran insuficiencia de demanda interna agregada que sólo se solucionará cuando el empleo repunte, y detrás de éste aumente el ahorro de los colombianos. ¿Por qué no volcar los esfuerzos hacia esta nueva posibilidad de llegar a mercados internacionales?

ENTRAR AHORA O DESAPARECER: CUESTIÓN DE TIEMPO

Si bien es cierto que la economía colombiana atraviesa por su peor momento y no están dadas las condiciones para reaccionar a este nuevo modelo, no podemos descuidarnos en el tema y sentarnos a esperar a que los tiempos cambien. La competencia no espera, ni es compasiva. Cuando el crecimiento y la estabilidad vuelvan, el sector empresarial colombiano debe estar preparado, desde ya, para el nuevo mundo de los negocios electrónicos. Si no lo está, no van a encontrar espacio para operar. La forma de prepararse es empezar la planeación estratégica del negocio, basándose en los seis aspectos necesarios en todo negocio para la creación de valor en cada punto de la cadena.

- Crear lealtad con los clientes
- Lograr liderazgo en el mercado
- Racionar los procesos
- Crear nuevos productos y servicios
- Administrar el riesgo
- Entrar a nuevos mercados

SI USTED NO SABE PARA DÓNDE VA, NINGÚN CAMINO LO CONDUCIRÁ²

La realidad colombiana podría ajustarse plenamente al concepto de David Campbell, psicólogo industrial. Creemos que ni el modelo e-business ni ningún otro podrá servirles a las empresas colombianas si no se tiene claramente definido el objetivo del negocio y se trabaja para lograrlo con una planeación estratégica.

Esta planeación involucra a toda la organización y debe estar plenamente alineada con los objetivos de la empresa. Sólo así se logrará un proyecto e-business eficiente, rentable y ganador en un mercado siempre dinámico.

| ² David Campbell.



Es hora de que los líderes empresariales colombianos dejen a un lado las dudas y los temores y empiecen a actuar con firmeza en la planeación estratégica para llevar sus negocios al éxito sostenible.

DEL DEBER SER, A NUESTRA CRUDA REALIDAD COLOMBIANA

¿Realmente existe un abismo tan grande entre lo planteado por el modelo y lo que hacen las empresas colombianas? Viendo al empresariado colombiano como un gran cluster, podemos afirmar que sí. La brecha es grande. El grueso del empresariado nacional está más concentrado en “apagar incendios”, generados por la crisis que nos afecta, que en planificar la permanencia de su negocio a largo plazo.

Sin embargo, los casos exitosos de aplicación del modelo van en aumento día por día. Es un lento despertar que esperamos se acelere con las perspectivas de un mejor panorama económico en el siguiente cua-trienio. Numerosas empresas ya han dado el salto a la “nueva economía” con resultados excelentes. Legis es una de ellas, ha expandido de tal forma sus negocios por internet que hoy en día las ventas por este medio superan a las de un vendedor junior. Además provee las facilidades de actualización en línea y mayor eficiencia en su sistema de distribución.

La Casa Editorial El Tiempo ha sabido aprovechar muy bien las ventajas que provee el poder llegar masivamente a los usuarios a través de sus múltiples publicaciones. No ha sido tarea fácil tampoco, pues el publicar en internet no significa que sea igual a hacerlo impreso. Los contenidos son y deben ser diferentes, la presentación, el estilo, el lenguaje, etc.

Para Bancolombia, una de las pioneras de la banca electrónica en Colombia, el reto ha sido generar la confianza suficiente en sus clientes para que realicen sus ope-

raciones bancarias utilizando la internet. Labor nada fácil, teniendo en cuenta que a nivel mundial el fraude con dinero electrónico es pan de cada día. Sin embargo, ha logrado consolidar sus negocios electrónicos, y hoy en día cientos de usuarios utilizan esta infraestructura para realizar sus transacciones bancarias.

Si bien es cierto que las tres empresas cuentan con los recursos económicos suficientes para emprender este tipo de proyectos, y han logrado crear la cultura del comercio electrónico, existen hoy en Colombia múltiples casos de medianos y pequeños negocios que hacen sus ofertas por internet.

NUEVA ECONOMÍA VS. ECONOMÍA TRADICIONAL

El debate está plantado, las opiniones son diversas, las conclusiones no son definitivas.

En el fútbol siempre se habla de si era mejor el que se practicaba antes al que se practica ahora. Igual que la juventud de ahora con respecto a la de décadas pasadas. Y no hay una verdad concluyente. Se podría simplificar tanto lo uno como lo otro diciendo tan sólo que son épocas diferentes y que el entorno de entonces era diferente en ambos casos al de ahora. ¿No es lo mismo el planteamiento de la “nueva” economía con respecto a la “vieja” o tradicional?

A lo largo de este trabajo de investigación hacemos constantes referencias a esta diferenciación. Algunos autores son tan radicales que quieren significar un gigantesco abismo entre uno y otro concepto. ¿No podemos decir que la nueva economía se cimienta en la vieja economía maximizando la capacidad de generar nuevos negocios, abriendo mercados internacionales, aprovechando la inmensa capacidad integradora que posee un canal de las dimensiones de internet?

Desde luego no se trata de minimizar o desconocer todo lo abarcado por el modelo

e-business, pero es un acto de responsabilidad dejar en claro que la forma tradicional de hacer negocios no va a desaparecer, ni va a dejar de generar buenos resultados por el hecho de que exista internet. Sin embargo, es una verdad de a puño que volverle la espalda a un modelo como el e-business significa para una organización avanzar hacia el abismo.

EL PAPEL DE LA GERENCIA EN LA NUEVA ECONOMÍA

Ahora más que nunca ser "gerente, líder, integral" es un requisito para quienes dirigen organizaciones. Hoy más que nunca, porque el grado de globalización del comercio implica que las empresas deban enfrentar a la competencia de todo el mundo. Competencia que en todos los casos hay que conocer y saber cómo enfrentar, si no se quiere salir pronto del negocio. La nueva sociedad de la información demanda, para las actividades de la gerencia, la planeación de los e-business.

Además de las aptitudes (liderazgo, negociación, manejo de grupo, motivación, comunicación, toma de decisiones) y habilidades (financieras, contables, planeación, etc.) que un gerente, líder integral, debe poseer, necesita desarrollar el olfato para reconocer los nuevos negocios económicos exitosos, pero sobre todo la capacidad para manejar el riesgo en este tipo de negocios. Entendamos por riesgo un evento no planeado que puede afectar el resultado de un negocio en una forma positiva o negativa. La tendencia actual de pasar de una economía tradicional a una economía basada en las tecnologías de internet implica un riesgo de fracaso para las organizaciones, y si los líderes que impulsan los cambios no lo conocen pueden dar al traste con las aspiraciones de posicionarse y llevar a una organización que

antes era sólida en su forma tradicional a la quiebra en la economía de la red.

El gerente de hoy es un individuo protagonista, revolucionario, con coraje. Su capacidad de emprendedor lo lleva a ejecutar grandes ideas sin necesidad de contar con toda la información. Hoy el nuevo líder se da cuenta de que el aprovechamiento de la oportunidad de mercado se concentrará en un pequeño grupo de empresas. ¿El resultado?: una cultura de la velocidad más agresiva.

El gerente exitoso actualmente debe tener disciplina y flexibilidad al mismo tiempo. Flexibilidad para enfrentar los imprevistos del mercado y disciplina para reaccionar de una manera casi ortodoxa en la gestión del negocio, sin importar si se trata de una empresa de internet o una fábrica de tornillos.

BIBLIOGRAFÍA

- AMOR, DANIEL. La revolución e-business, Buenos Aires, Prentice Hall, 2000.
- GUZMÁN ROJAS, ADOLFO LEÓN y QUIÑÓNEZ CABEZAS, PABLO ALFREDO. "Nueva cibereconomía en el comercio y en las telecomunicaciones - Impacto del modelo e-business", tesis de grado MBA, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia, 2001.
- Microsoft. Business Agility
[www.microsoft.com/business]
Microsoft. E-Commerce Solutions
[www.microsoft.com/business/ecommerce]
Microsoft. Microsoft Vision: Building with net
[www.microsoft.com/business/visio]
Microsoft. Microsoft Operations Framework (MOF).
Price Water House Coopers. Estudio estratégico de e-business.
Price Water House Coopers. E-business. Knowledge Source. [www.ebusinessisbusiness.com"].
Price water house coopers. E-business Technology Forecast [www.pwcglobal.com"].
Price Water House Coopers. Six Forces [www.pwcglobal.com].
Revista Dinero
TAPSCOTT, DON. La economía digital, México, McGraw Hill, 1997.

