

E-business, ¿cuándo llegará el cambio?

Una de las causas del fracaso de los nuevos modelos de negocio es la diferencia de velocidades entre la entrada de nuevas nuevas tecnologías y el aprendizaje del mercado

Yanire Braña

Términos, hasta hace poco desconocidos, como e-Business, empresas en red o marketplaces son ahora de uso común. Todo ello nos indica que algo está alterando la manera de ver los negocios. Pero todavía hay muchos que se resisten al cambio o no terminan de percibir lo que ha supuesto la sociedad de información en nuestras vidas.

Pero la evidencia nos dice que la *nueva economía* supone realmente un cambio en el paradigma competitivo actual, con nuevas reglas del juego y nuevos jugadores.

Para la materialización de este *cambio* que ha supuesto el *e-Business* en el conjunto de la sociedad y economía española, se debe de producir de forma simultánea tres fenómenos:

► **Cambio en las Personas** en sus distintos entornos; sociedad; empresa y comunidad. Según Salvador Aragón, director académico del Instituto de Empresa, "actualmente nos encontramos en una evolución hacia mercados de demanda personalizada con un alcance global y una operativa local".

► Cambio de los Procesos

► **Cambio de la tecnología**, nadie puede negar el espectacular desarrollo de las infocomunicaciones.

La globalización de mercados y competidores constituye el primer gran cambio al que se enfrenta la empresa, que no está desvinculado de la desaparición de las barreras que impedían el acceso a mercados.

Es importante resaltar que el acceso global tiene un doble carácter: acceso a mercados y a recursos. Y dentro de estos recursos el capital humano es sin duda crítico.

¿Siguen siendo importantes las personas?

La explosión de nuevos conceptos, nuevas herramientas de gestión y tecnológicas, ha

alterado de forma radical las relaciones y los modos de interacción entre las empresas y sus miembros, las personas.

Actualmente nos encontramos en un entorno cambiante, desconocido para muchos y atractivo para otros, en él están surgiendo de forma continua nuevas oportunidades, que en muchas ocasiones se traducen en fracasos que deben asumirse con la rapidez necesaria para reaccionar.

En el fondo estamos hablando de un ciclo continuo de éxitos y fracasos, pruebas y errores que constituyen la nueva manera de aprendizaje organizacional. Esta nueva forma de aprendizaje se basa en la asunción continua de los riesgos y una mayor tolerancia al fracaso, que pasa a ser un "punto y seguido" en la trayectoria profesional de las personas.

Un ejemplo de la influencia de las culturas en la capacidad de las personas para asumir los éxitos y fracasos lo encontramos en la diferencia entre;

► El emprendedor americano que empieza a tener éxito a partir de su cuarto intento, es decir anteriormente ha tenido que asumir dos o tres fracasos.

► El emprendedor europeo es más prudente a la hora de asumir nuevos riesgos, lo que supone un menor número de nuevas iniciativas y al mismo tiempo de Asunción de fracasos, que marcan la trayectoria profesional de los empresarios y en muchas ocasiones los frenan.

Este entorno cambiante, en el que nos encontramos tiene sus reflejos en el conjunto de las personas. Un cambio constante implica una adaptación permanente, que a su vez exige valorar la capacidad de aprendizaje por encima de los conocimientos.

La capacidad de aprendizaje afecta tanto a las empresas como al mercado. El mejor ejemplo de ello se ha visto claramente reflejado en los hechos sucedidos en a lo largo del pasado año 2000.



FINLAND

Cómo superar la E-ropa de dos velocidades

Una de las principales causas del fracaso de los nuevos modelos de negocio es la diferencia de velocidades entre la entrada de las nuevas compañías con innovadoras formas de hacer negocios y el aprendizaje del mercado. Es decir, en 1999 se introdujo la tecnología wap cuando los usuarios solo utilizaban los teléfonos móviles gsm.

En España el año 1998 fue decisivo en el ámbito del e-Business. Este año será recordado por todos como el año de las "muñecas de famosa". Todas las empresas se dirigen al portal de "Internet"... Mientras diariamente se abrían portales de todo tipo... ¿dónde estaban los usuarios?

La respuesta a esta pregunta hoy es clara. En 1999 tan solo el 8% de los españoles estaban conectados, mientras el resto asistía indiferente a este boom que consideraban que era sólo para "locos por la tecnología".

Pero esta clasificación no es del todo cierta porque, actualmente, para clasificar el conjunto de los usuarios se debe tener en cuenta tanto factores tecnológicos como factores de atractivo de mercado, según los cuales podemos identificar tres tipos de perfiles: Tecnófilos, tecnófobos y neutrales.

Los usuarios **tecnófilos** son aquellos dispuestos a probar cualquier nueva tecnología. En los años noventa podían ser identificados por los aparatosos móviles que llevaban a cualquier lado, a pesar de su gran tamaño, accesorios y peso. Actualmente son un 15% de la población española.

Los usuarios **tecnófobos** son aquellos que son reacios a la utilización de cualquier tipo de tecnología. Este colectivo engloba a un 35% de la población española.

Los usuarios **neutrales** son aquellos que utilizan los nuevos canales siempre que perciban un claro beneficio. Estos son un 50% de la población española y a medio plazo deben constituir el grueso de los internautas. Los usuarios neutrales son los que han comenzado a utilizar videocámaras, cuando éstas han sido baratas, ligeras y sencillas de utilizar.

Para ajustar las diferentes velocidades entre la oferta y demanda es necesario hacer un esfuerzo para definir claramente cuales son los elementos clave de satisfacción del usuario y que puedan ser ofrecidos a través de los distintos canales disponibles en la actualidad: Internet, móvil, comercio tradicional, teléfono fijo...

El camino no es fácil y actualmente España esta viviendo una resaca tras la caída de los mercados financieros desde septiembre de 2000, sin embargo "después de la tormenta viene la calma" y "el tiempo pone a cada uno en su sitio".

Recordemos las palabras del viejo pescador "para pescar hacen falta dos cosas; peces y la red adecuada", es decir para poder competir en un futuro próximo, en el que sólo han quedado los más fuertes, es necesaria la existencia de un número mínimo de internautas y una oferta de contenidos y servicios atractivos para los internautas.