

Entendiendo internet como una estrategia

Internet empezó en Colombia hace unos años como una moda, para unos cuantos pioneros principalmente en el sector educación y una que otra empresa. Hoy en día esto ha cambiado radicalmente y dejó de ser una moda para convertirse en una necesidad. Actualmente, casi todas las empresas tienen presencia en este medio, ya sea como algunas que solo tienen correo electrónico o como otras que han explotado mucho más el tema y provén página web para sus clientes, proveedores y otros. Es más, en los últimos años con el auge de redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, la presencia en internet de las empresas ha aumentado drásticamente.

Crear presencia en internet, así sea básica, puede llegar a ser muy sencillo y económico. En medios como *Facebook* y *Twitter*, crear cuentas para empresas es gratuito. Una página web puede costar menos de US\$10 al mes. Esto refleja el espíritu abierto de este medio y cómo cualquier empresa o individuo

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES
CONSULTOR EN INNOVACIÓN Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y DE INTERNET



puede acceder a éste. Por otro lado, es importante recordar que así como este es un medio económico, hay empresas que invierten millones de dólares anuales en su presencia en la web. Sin embargo, el punto está en saber, entre tantas páginas, tantos espacios de *Facebook* y tantas cuentas de *Twitter*, ¿cómo se hace para alcanzar el éxito en internet?

A primera mano, una respuesta puede ser tener dinero. La experiencia ha mostrado que aunque éste es importante, no siempre es un factor determinante para el éxito. Hay casos de empresas que iniciaron operaciones con poco capital, como el caso de *Facebook*, y con muy poco han logrado mucho. De la mis-

ma forma, hay ejemplos de empresas que invirtieron mucho dinero para tener una presencia en internet, pero de las cuáles no queda ni el recuerdo o no alcanzaron el éxito pensado.

El hecho es que, más allá del dinero, hay un factor decisivo que casi todas las compañías en nuestro entorno ignoran: la estrategia. Es raro encontrar una empresa que no tenga un norte, una visión o una misión, enmarcadas dentro de una estrategia corporativa (física). En esta estrategia se pueden mirar, además, variables como el volumen de ventas, la recordación de la marca y la fidelidad de los clientes, entre otros. Al medir estas variables, se puede saber el rumbo que está tomando la empresa, si va por buen camino o si debe corregir el mismo.

Volviendo a internet, rara vez se tiene esta estrategia y por consiguiente es difícil saber si la presencia en este medio es o no es exitosa. Este es un error, pues la web, por su naturaleza e importancia, es un canal estratégi-

co y las empresas deben entenderlo así.

Durante mis años como desarrollador web, estrategia de internet y más recientemente como consultor, he detectado cuatro razones por las cuales las empresas tienen presencia en el ciberespacio. La primera razón es moda: las firmas no desean quedarse relegadas de la competencia o de una tendencia que existe en el mercado, así que crean presencia en internet.

MÁS ALLÁ DEL DINERO, HAY UN FACTOR DECISIVO QUE CASI TODAS LAS COMPAÑÍAS EN NUESTRO ENTORNO IGNORAN: LA ESTRATEGIA

Segundo, el cliente exige que las empresas cuenten con espacio en internet, y como el cliente "siempre" tiene la razón, toca responderle. Tercero, en la legislación existe algo que obliga a la

organización a tener presencia en la web, por ejemplo la *Superintendencia Financiera* exige a los bancos tener en sus páginas cierta información. Tristemente, la cuarta razón casi nunca está presente: se tiene presencia en internet (y en redes sociales) porque responde a una decisión estratégica de la empresa. Lo invito a que analice estas cuatro razones y a que determine a cuál o cuáles responde la presencia en internet de su empresa.

Al entender la web como una estrategia, se irá más allá del simple hecho de comprar o hacer una página. Esta visión hace que se respondan las preguntas de ¿cómo?, ¿por qué?, ¿dónde? y ¿cuándo?, entre otras. Por ejemplo, es entender qué requiere el cliente en internet y cómo el sitio web va a satisfacer su necesidad.

Este es apenas un abrebocas al tema de estrategias en internet, que será abordado a profundidad en esta serie de artículos, que aparecerán en estas mismas páginas en las siguientes semanas.