



ÚLTIMAS NOTICIAS: Listos recursos por \$4.000 millones para el pago de nómina de 1.424 empleados del HUV

ALTA GERENCIA Martes, Julio 31, 2012

Internet, ¿para qué?

Hace pocos días estaba viajando en avión y justo antes del viaje había recibido varias tarjetas de presentación, las cuáles tenían más o menos la misma información.

Por un lado tenían el nombre de la persona, el cargo, el teléfono y claro, el email. Y en el avión reflexionaba que hace muchos años no recibo una sola tarjeta de presentación donde no se incluya bien sea una página web o un correo electrónico. De hecho, he recibido muchas donde además se incluye la dirección de Twitter, de Facebook, el PIN e incluso un cuadrado de los populares Códigos QR.

Lo cierto es que internet hace varios años es omnipresente en la vida empresarial y profesional de las personas. Es raro encontrar una persona o empresa que no cuente al menos con una dirección de correo electrónico, incluso en un servidor gratuito como Hotmail, Yahoo o Gmail. Incluso, esto trasciende factores económicos y sociales como los estratos. El gobierno nos habla de que en Colombia hay más de 22 millones de personas conectadas a internet, otras fuentes como comScore y Google hablan de 14 a 17 millones (yo me siento cómodo con una cifra entre 15 y 16 millones). Cualquiera que sea la fuente, la cifra es gigantesca.

Ante este muy palpable éxito y penetración de la red, yo hago una pregunta: ¿Para qué internet? Con esto me refiero a cuáles son las razones de fondo para que una empresa y un profesional cuente con presencia en este medio, bien sea con un sencillo correo electrónico o presencias más elaboradas como una página web o una página de Facebook.

Mi experiencia como consultor de estrategias de tecnologías e internet me ha demostrado que las empresas quieren tener presencia en estos medios, pero que no tienen del todo claro el por qué, lo cual es un error y hasta un peligro.

En más de 15 años que llevo trabajando de una u otra manera con internet, he logrado detectar cuatro razones principales por las cuáles una empresa cuenta con presencia en este medio.

Existen otras razones, pero creo que se ajustan a estas cuatro de las cuáles hablo. A continuación exploro las cuatro razones.

La primera razón para tener presencia en internet, es porque hace parte de una moda o tendencia. El mercado “empuja” a las empresas a “montarse” en las últimas tendencias, llámese correo electrónico, página web o redes sociales, entre muchos otros. De la misma forma los usuarios exigen a las empresas tener presencia en este medio (“¿Cómo así, no tiene página web?”).

Una segunda razón, complementaria a la anterior se da por presión de la competencia. La competencia ha realizado alguna acción y ahora la empresa quiere hacer algo similar pues no se puede quedar atrás.

La tercera razón que solo aplica a algunos sectores, es por requerimientos legales.

Por ejemplo, sectores financieros y de salud se han visto obligados por entidades como las Superintendencias a publicar cierta información en internet. Así que para cumplir con la ley deben contar con presencia en estos medios.

Las tres razones anteriores tienen un componente en común y es que son razones

Lo + Leído

1. Presidencia molesta por enredos del MinTransporte con contratos familiares
2. ¿Cómo redujo Bavaria los litros de agua por cerveza producida?
3. Se le acabaron las vacas gordas al Ministro de Hacienda
4. Bolivia prohibirá la venta de Coca-Cola en el país desde el 21 de diciembre
5. Con bonos, el Emisor enfrentará la desaceleración económica

equivocadas o en el mejor de los casos incompletas para contar con presencia en internet (o en general, para contar con cualquier tecnología).


La cuarta y última razón es la que debía prevalecer y ser eje de las demás. Esta razón es contar con una estrategia. Es decir, se debería contar con presencia en internet porque responde a una necesidad estratégica de la compañía.

Una empresa, por ejemplo un banco, cuenta con una estrategia física, que le indica a la empresa qué hacer, qué acciones ejecutar y cómo medir los resultados. Internet es una extensión de esto y por ende debería contar con una estrategia complementaria. Si, por ejemplo, la empresa tiene en sus objetivos aumentar las ventas en un 5% este año, la presencia en internet debe estar diseñada para colaborar con este mismo objetivo.

Lastimosamente la estrategia en internet pocas veces está presente en las empresas colombianas y de la región. Mi invitación es a que analice este tema y proponga cambios que empiecen desde una visión estratégica.

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales y de Int


 Post to Facebook Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Facebook social plugin

© 2012, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600 | Agencia Digital: imaginamos.com

[Economía](#) [Empresas](#) [Finanzas](#) [Globoeconomia](#) [Vida](#) [Opinión](#)
[Comercio Exterior](#) [Alta Gerencia](#) [Finanzas](#) [Responsabilidad Social](#) [Infraestructura](#) [Consumo](#)
[Automotores](#) [Finanzas Personales](#) [Tecnología](#) [Twitter](#) [Financiero](#)
[Agronegocios](#) [Asuntos Legales](#) [Foros LR](#)
[Contacto](#) [Suscripciones](#)
[Aviso Legal](#) [Quienes Somos](#)

Aplicación Blackberry

Móviles