

## ANÁLISIS

# Otras funciones de internet para las empresas II

En el primer artículo de esta serie, se habló sobre la nuevas funciones que las empresas puede aprovechar con internet, más allá de las ventas y el mercadeo. En esta segunda entrega, se analiza cómo internet puede ayudar a mejorar los procesos de compra (proveedores) y de distribución.

En el mundo existen varios sistemas o plataformas que permiten la selección de los mejores proveedores. En China y algunos países del Asia se utilizan mucho estas plataformas, donde se venden al mundo todo tipo de productos.

Aunque debo aclarar que estas plataformas no están limitadas a la China o Asia (las menciono porque en estos países son muy populares). De hecho, cualquier persona puede empezar a vender productos a través de estas plataformas. La líder en este tema precisamente se encuentra en Hong Kong y se llama *Alibaba.com*. Es tal la importancia de esta plataforma que el gigante de *Internet Yahoo* ha invertido mucho dinero en la misma, a pesar

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



de que hoy en día se encuentran de salida de la misma.

En estas plataformas se busca reunir a productores y compradores. Por ejemplo, si yo quisiera vender en una pequeña tienda de Bogotá productos para el hogar, podría contactar directamente a proveedores en todo el mundo. Esto me permitiría comparar productos, precios y calidad. Una vez defina los productos a comprar, haría la compra con tarjeta crédito o transferencia bancaria internacional. Con esto me prepararían la orden y me harían el envío internacional. Dependiendo del país de origen y del tipo de producto, es necesario pagar impuestos, pero usualmente las empresas de transporte y logística se encargan de esto.

Internamente dentro de su empresa se podría crear un sistema similar a través de internet, donde se convocan a proveedores y se reciben sus propuestas. El mismo sistema podría permitir la recepción de documentos y creación de pagos. Este tipo de solución haría mucho más efectiva las áreas de compras y la forma como se relacionan con los proveedores.

Con los distribuidores se puede plantear la creación de una plataforma similar. Cada vez más empresas tienen algún sistema electrónico de manejo de productos e inventario, tal como un ERP (Sistemas de Planificación de Recursos). En estos casos, se puede saber cuando hay pocas existencias de un producto. Cuando suceda esto, el mismo sistema se podría comunicar electrónicamente con el proveedor del producto y solicitar nuevas unidades. Además esta solicitud la puede hacer de manera inteligente, tomando en cuenta las temporadas e históricos de compras. En el mundo muchas empresas ya

utilizan este tipo de sistemas en la automatización de la cadena de suministro. De hecho muchos distribuidores, como las grandes superficies, llevan varios años exigiendo a sus proveedores un alto grado de sistematización. Esto es más que una tendencia y cada vez serán más necesarios para lograr la mayor efectividad y eficiencia, al mismo tiempo que se evitan errores por la interacción humana.

**“EN EL MUNDO EXISTEN VARIOS SISTEMAS O PLATAFORMAS QUE PERMITEN LA SELECCIÓN DE LOS MEJORES PROVEEDORES A TRAVÉS DE INTERNET.”**

El tema de usar internet con proveedores y distribuidores trasciende el tema de automatización y control. De hecho una de las grandes fortalezas se encuentra por el lado de conseguir nuevos contactos comerciales. Para esto

toma gran importancia los medios sociales, en especial una red como *LinkedIn*. En el artículo anterior se mencionó la importancia de estar en el proceso de conseguir las mejores personas para trabajar con la empresa. Este mismo aspecto se aplica ahora para los proveedores y distribuidores.

Con frecuencia veo empresas con grandes ideas de negocios, que están posicionadas, pero que han sido renuentes a crecer. Detrás de esto existe todo tipo de justificación, pero uno de los elementos primordiales es que es difícil encontrar los socios comerciales con los cuáles realizar el crecimiento. *LinkedIn* y otros medios sociales le ayudarán en este cometido, ya que de una manera fácil le permitirá encontrar esa persona que le ayude con su expansión. Esto se dará tanto en el caso de proveedores, como distribuidores, como otro tipo de socios.

En el próximo artículo se analizarán herramientas para profundizar en el tema de los socios comerciales.