



Sector Agrícola y Ganadero

Recomendaciones para la implantación
de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

**SECTOR AGRÍCOLA
Y GANADERO**
RECOMENDACIONES
PARA LA IMPLANTACIÓN
DE LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN
Y LA COMUNICACIÓN





SECTOR AGRÍCOLA Y GANADERO.

RECOMENDACIONES PARA LA IMPLANTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

1ª Edición: octubre 2008

Copyright: © 2008, Junta de Castilla y León.

Este material ha sido elaborado por la Junta de Castilla y León en el marco del Programa Emprendedores.

Depósito Legal:

 programa
mprendedores

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	11
	1.1. ¿QUÉ SON "LAS TIC"?	12
	1.2. PRINCIPALES VENTAJAS DEL USO DE LAS TIC	12
	1.3. COMPONENTES	13
2	A QUÉ ME AYUDAN LAS TIC	19
	2.1. MEJORAR MIS PROCESOS INTERNOS Y MIS COMUNICACIONES	20
	2.2. MOSTRARME ANTE POSIBLES CLIENTES Y MEJORAR MI RELACIÓN CON ELLOS	44
	2.3. COMERCIALIZAR MIS PRODUCTOS, ABRIRME A NUEVOS MERCADOS	56
	2.4. AMPLIAR MI ABANICO DE PROVEEDORES MEJORANDO MIS CONDICIONES DE COMPRA	63
	2.5. MEJORA DE LA INFORMACIÓN Y DE LA FORMACIÓN	65
	2.6. FACILITAR MIS TRÁMITES CON LA ADMINISTRACIÓN Y OTRAS ENTIDADES	80
3	PRINCIPALES CONCLUSIONES PARA LA IMPLANTACIÓN DE LAS TIC	79
4	ÍNDICE REFERENCIAL	93
5	GLOSARIO DE TÉRMINOS	97

1. INTRODUCCIÓN

1.1. ¿QUÉ SON LAS TIC?

TIC es el acrónimo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, concepto que engloba una amplia gama de servicios, tecnologías y aplicaciones para generar, organizar, almacenar, manipular y transmitir información.

Los sistemas TIC están formados por distintos tipos de equipos y aplicaciones informáticas y utilizan las redes de comunicación para transmitir la información, por lo que es un concepto muy amplio que incluye desde ordenadores, aplicaciones informáticas, Internet, correo electrónico, telefonía, sistemas de posicionamiento, etc.

1.2. PRINCIPALES VENTAJAS DEL USO DE LAS TIC

12

Las TIC han cambiado ya nuestra sociedad y el modo en que vivimos, pero además para el sector de la agricultura y la ganadería pueden ofrecer una serie de ventajas que hacen de estas tecnologías unas herramientas imprescindibles en el mercado actual:

1. Gestión cómoda y rápida con un importante ahorro de costes y tiempo

Las TIC nos van a permitir realizar múltiples trámites con la Administración, con nuestros servicios financieros, y con nuestros clientes y proveedores, ahorrando considerablemente costes y tiempo, y eliminando además muchos de los desplazamientos que hasta ahora era necesario realizar.

2. Acceso a nuevos mercados

Nos dan acceso a nuevos mercados y le da una visibilidad a nuestro negocio que de otra forma no seríamos capaces de conseguir sin un importante desembolso económico. Asimismo, podemos

lanzar campañas comerciales totalmente personalizadas con un coste muy reducido y de forma rápida y sencilla.

3. Información siempre disponible

Las TIC nos ofrecen la posibilidad de disponer de nuestra información en cualquier momento y prácticamente en cualquier lugar, lo que nos da una movilidad y flexibilidad que antes no eran posibles.

4. Mejora de la comunicación con clientes y proveedores

Nos permiten estar en contacto de forma fluida con nuestros clientes y proveedores, mejorando la calidad y la actualidad de la información que manejamos y por lo tanto nuestra capacidad de decisión.

5. Mejora de la competitividad de la empresa

Al disponer de mejor control sobre la información y tenerla a nuestra disposición en todo momento mejora la eficacia y competitividad de nuestra empresa.

1.3. COMPONENTES

Cualquier equipo informático está formado por dos tipos de componentes o elementos:

- La parte física, es decir, los equipos electrónicos propiamente dichos denominados hardware y
- los programas informáticos que hacen funcionar el equipo denominados software.

Si todo ello lo conectamos mediante los sistemas de comunicación, tenemos los tres componentes fundamentales de las TIC, el hardware, el software y las comunicaciones.

Hardware

Como se ha comentado al inicio, el hardware lo forman los componentes físicos, cada uno con su función pero necesarios en conjunto para realizar su misión.

A continuación se enumeran los principales componentes de los equipos informáticos, sin entrar en su funcionamiento interno puesto que sobrepasa el alcance de esta guía y realmente no es imprescindible para su manejo.

Principales componentes de un PC

- Placa base: circuito electrónico donde se conectan todos los demás elementos del ordenador.
- Microprocesador o CPU: es el cerebro del PC propiamente dicho.
- Memoria RAM: se utiliza para ejecutar los programas y almacenar datos de forma temporal. Al apagar el equipo se borra toda la información almacenada en ella.
- Discos: elementos físicos para almacenar información de forma permanente. Se puede almacenar, modificar y borrar la información en Discos Duros, CD-ROMs, DVD-ROMs, memorias flash, cintas, etc.
- Puertos de expansión: para poder añadir y conectar más dispositivos a nuestro PC hay una serie de puertos o ranuras de expansión de diferente tipo según el equipo que queramos conectar.
- Tarjeta de red: permite la conexión del equipo a una red de ordenadores como por ejemplo Internet. Podremos conectarnos a la red por cable o mediante conexión inalámbrica (conexión sin cables o más comúnmente conocida como WiFi).

Principales periféricos

Los periféricos son otros sistemas auxiliares pero a la vez importantes que podemos conectar a nuestro equipo y así añadirle funcionalidades. Algunos de ellos tienen conexiones especiales, pero la mayoría puede utilizar el estándar actual más extendido que es el puerto USB. Los más utilizados son:

- Monitor, teclado, ratón, ..., son los sistemas que nos permiten interactuar con nuestro equipo. Así podemos recibir su información (monitor), o enviársela (ratón, teclado, etc.).
- Impresora: es el periférico que el ordenador utiliza para presentar información impresa en papel. La calidad o resolución se mide en puntos de pulgada (dpi) y la velocidad en número de páginas por minuto.
- Escáner: se utiliza para "digitalizar" o captar imágenes para su posterior tratamiento o almacenamiento. Se pueden escanear gráficos, fotografías, textos, etc. La calidad de un escáner se mide por la definición de la imagen también medida en puntos por pulgada (dpi).

Para el caso de que queramos escanear un texto, existen unas aplicaciones (software) específicas denominadas OCR (Reconocimiento Óptico de Caracteres) que interpretan la imagen obtenida y lo almacenan como si fuera un texto que posteriormente podrá ser tratado con un editor de texto.

- Modem, modem-cable, router son sistemas electrónicos que comunican nuestro equipo o nuestra red con otras redes, como por ejemplo Internet.
- Mecanismos de backup o de respaldo: son sistemas que realizan una copia de seguridad de los datos de nuestros equipos de forma

que puedan ser restaurados después de una pérdida de información. Normalmente las copias de seguridad se suelen hacer en cintas magnéticas, aunque también pueden utilizarse discos duros, discos ópticos, dispositivos de memoria no volátil incluso servicios remotos de copia de seguridad.

- Sistemas de alimentación ininterrumpida (SAI) son sistemas que mantienen los equipos funcionando ante un fallo eléctrico para que no perdamos información y que filtran la señal de entrada para proteger nuestros equipos ante señales eléctricas distorsionadas, o picos de tensión por ejemplo.

Software

El Software o soporte lógico lo componen todas las aplicaciones, que denominamos programas, que permiten al ordenador realizar las funciones que le son propias.

16

Existen diferentes tipos de programas, mientras que unos son básicos y comunes a la inmensa mayoría de los ordenadores, otros variarán dependiendo de las funciones que queramos obtener de nuestro ordenador (procesador de textos, navegadores,...).

Dentro de los programas comunes destacan los siguientes:

- Sistemas operativos: Su principal función es organizar todo lo que sucede en el ordenador, coordinar las actividades de los distintos programas, administrar la memoria entre los programas y permitir grabar, consultar, mover y borrar datos de los dispositivos de almacenamiento. Permite la multitarea, que consiste en poder ejecutar varios programas o realizar distintas acciones al mismo tiempo; por ejemplo: escribir una carta mientras se imprime un dibujo de otro programa.
- Procesadores de texto: son programas informáticos que nos per-

miten editar, dar formato, grabar y modificar documentos escritos en nuestro ordenador. Es el actual sustituto de las máquinas de escribir, aunque con mayor capacidad, ya que pueden incluirse imágenes y otros tipos de datos.

Obtener un documento impreso con formato suele ser el objetivo de estas aplicaciones. Se distinguen de los editores de texto en que los procesadores pueden manejar texto con formato, imágenes, tablas y otros elementos que acompañan un documento de texto, mientras los editores sólo manejan archivos de texto plano.

- Hojas de cálculo: son programas que permiten manipular datos numéricos y alfanuméricos dispuestos en forma de tablas, que son uniones de filas y columnas. Habitualmente es posible realizar cálculos complejos con fórmulas y funciones y dibujar distintos tipos de gráficas. Debido a la versatilidad de las hojas de cálculo modernas, se utilizan a veces para hacer pequeñas bases de datos, informes y otros usos.

Además hay muchos más tipos de aplicaciones que se tratarán en capítulos posteriores, como por ejemplo, programas de correo electrónico, navegadores, procesadores de texto, hojas de cálculo, programas de gestión, de contabilidad, etc.

2. A QUÉ ME AYUDAN LAS TIC

2.1. MEJORAR MIS PROCESOS INTERNOS Y MIS COMUNICACIONES

En la actualidad en todo sector de actividad es imprescindible un gran incremento de la competitividad y el sector de la agricultura y ganadería no es una excepción. Dentro del escenario actual las TIC son una oportunidad que no debemos desaprovechar y que nos ayudarán a mejorar nuestros productos, nuestros procesos internos y el manejo de la información, en resumen a mejorar nuestra competitividad.

El flujo de información dentro de nuestra empresa es continuo y no debe estancarse, hay que obtener información para la gestión sobre las existencias, la rentabilidad, los consumos. Pero toda esa información proviene de distintos puntos de la empresa y también es necesaria para el resto de nuestras tareas vitales: contabilidad, cumplimiento de nuestras obligaciones con las administraciones públicas, etc.

20

Para poder optimizar ese flujo de información y que esté disponible para las distintas áreas de nuestra empresa contamos con soluciones técnicas que nos facilitan dicho trabajo, los terminales punto de venta, las redes informáticas, las intranets, las aplicaciones de gestión y los sistemas integrales de gestión para la empresa o ERP.

La utilización de unos u otros en nuestra empresa dependerá del tipo de producto que tratemos, el tamaño de nuestro negocio, de si vendemos al público o somos proveedores de otras empresas, etc. Por tanto, trataremos aquí distintas soluciones y aplicaciones de las TIC en nuestro sector, entre las que habrá que elegir en función de nuestra situación particular.

Dentro de las aplicaciones de gestión se ha considerado necesario destacar la gestión de la trazabilidad, ya que es un aspecto de especial relevancia para nuestro sector. Dedicaremos por tanto un apartado específico para este tema.

Gestión de la trazabilidad

El Artículo 3 del Reglamento Europeo 178/2002 define la trazabilidad como “la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo”.

En definitiva la trazabilidad es un proceso obligatorio para nuestro sector que nos exige llevar a cabo un conjunto de medidas, acciones y procedimientos que permitan registrar e identificar cada producto desde su origen hasta su destino final. Consiste en la capacidad para reconstruir la historia, recorrido o aplicación de un determinado producto, identificando:

- Origen de sus componentes.
- Historia de los procesos aplicados al producto.
- Distribución y localización después de su entrega.

21

La trazabilidad tiene aplicación en diversas industrias y áreas, sin embargo es en el sector de la agricultura y ganadería donde se ha dado con mayor fuerza ya que actúa como una herramienta para la calidad y seguridad alimentaria. Se puede referir a:

- El origen de los alimentos o componentes. Un producto o alimento al que hay que seguir su historial. Trazabilidad es registrar todos los elementos referidos a la historia del animal, desde el nacimiento hasta el mostrador, es decir hasta el final de la cadena de comercialización.
- La historia de los procesos aplicados al producto o alimento. Un proceso de transformación en el que intervienen distintos elementos.

- Los instrumentos o equipos de medida que se emplean en el proceso de transformación. Estos instrumentos deben ser trazables para garantizar una fiabilidad en sus resultados.

Cuando nos referimos a trazabilidad alimentaria, estamos hablando de los dos primeros casos, pero no hay que olvidar que también los instrumentos que empleamos en el proceso de transformación del alimento, balanzas, refrigeradores, deben ser trazables y garantizar esta seguridad alimentaria.

En otros sectores, la trazabilidad es igualmente aplicada, si bien, el peso de las normativas no es tal y son razones relacionadas con mejoras de negocio las que justifican su presencia: mayor eficiencia en procesos productivos, menores costes ante fallos, mejor servicio a clientes, etc.

22

En términos de gestión, se aplica el concepto a la responsabilidad social empresarial, en donde la trazabilidad microempresarial corresponde a la fracción de la cadena de valor de una gran empresa que es capturada como oportunidades de negocio por las empresas más pequeñas del territorio donde se localiza el proceso.

Cómo realizar esta trazabilidad:

- Registro de información: cada agente involucrado en la cadena de suministro debe disponer de un sistema preparado para poder generar, gestionar y registrar la información de trazabilidad necesaria en cada momento.
- Correcta identificación de mercancías y características asociadas:
- Todas las unidades de consumo y agrupaciones deben estar codificadas y simbolizadas con un código que las identifique de forma individual y no ambigua.

- Todas las unidades de consumo y agrupaciones deben tener impresas la fecha de caducidad o consumo preferente y/o número de lote.
- La transmisión de información: La transmisión de la información de trazabilidad necesaria al siguiente agente de la cadena de suministros.

Hoy en día existe la tecnología que permite rastrear con precisión el camino que recorre un producto en la cadena productiva y de comercialización. La integración de Internet, redes de comunicación, acceso inalámbrico, software especializado, dispositivos móviles, GPS, entre otros, hacen realidad la idea de poder detectar el punto exacto y el momento donde se produjo un evento.

Internet esta sirviendo de medio para desplegar un conjunto de nuevas herramientas que permiten realizar un seguimiento y una gestión de la trazabilidad. Estas nuevas aplicaciones permiten realizar el seguimiento de la trazabilidad de los productos desde cualquier ubicación, sin necesidad de disponer de un software instalado, simplemente con el uso del navegador.

En la actualidad existe una propuesta de formato estándar para contener, transmitir y compartir la trazabilidad. Son los archivos ILE de trazabilidad encapsulada. Estos archivos pueden contener la historia completa de cualquier producto, de acuerdo con las restricciones formales de las legislaciones vigentes en cuanto a trazabilidad y seguridad alimentaria. Estos archivos de trazabilidad encapsulada se pueden ver y editar de manera gratuita, por ejemplo, con el software freeware iLEAN Writer 2.0 e iLEAN Reader 2.0 disponible en www.ilean.net.

Ejemplos de páginas web interesantes relacionadas con la trazabilidad:

Trazagest

www.trazagest.com

Trazagest desarrolla soluciones para el control y gestión de la trazabilidad de un producto y de los puntos críticos (Sistema APPCC) pensando en las necesidades de la pequeña y mediana industria.

Trazagest ha sido galardonado con el "Primer Premio Internet 2005 Junta de Castilla y León en la modalidad Empresa" que otorga la Junta de Castilla y León y fue seleccionado como finalista en la II edición del Premio INFO RURAL de Castilla y León (octubre 2006), celebrados en el Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas del Medio Rural de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez por su contribución al fomento de la Sociedad de la Información y a la dinamización tecnológica del medio rural.

24

iLEAN Tracing Pack

www.ilean.net

iLEAN desarrolla sistemas que tienen como objetivo monitorizar y registrar los procesos logísticos y de transformación que sufren los productos en la cadena de producción y suministro. Están completamente centrados en este objetivo y en consecuencia lógicamente también en el de integrarse con la máxima limpieza y estandarización a cualquier otro sistema informático o ERP del mercado, entrando así a formar parte de su sistema y aportándole el control de la trazabilidad en sus procesos.

Biotraze

www.biotraze.com

Biotraze se dedica al desarrollo de soluciones innovadoras para el sector alimentario, incluyendo soluciones de software para todas las partes implicadas en el sector: agricultores, vendedores, proveedores, veterinarios, laboratorios, procesadores, comerciantes, minoristas así como organismos y entidades de certificación.

Appeyron

www.appeyron.com

Appeyron Research es una sociedad anónima de capital español especializada en el desarrollo de sistemas informáticos de control y gestión de la trazabilidad de los productos de la industria alimentaria.

Aplicaciones de gestión

Las TIC nos ofrecen una gran oportunidad de mejorar la gestión interna de nuestra empresa, independientemente del tamaño de nuestro negocio. Actualmente existen un gran número de aplicaciones de gestión dirigidas específicamente a nuestro sector, incluso concretamente para los distintos subsectores que se pueden considerar al hablar de ganadería y agricultura. Así por ejemplo hay aplicaciones específicas para la gestión de porcino, para explotaciones de vacuno lecheras y de carne, ovino, caprino, granjas cunícolas, etc.

A continuación se presentan tres casos de aplicaciones de gestión para su posible utilización en diferentes subsectores: ganadería, agricultura y cooperativas agrarias y ganaderas. En primer lugar se comentan las funcionalidades de gestión específicas para cada uno de los subsectores y más tarde se incluye una parte donde se describen los módulos comunes a todas ellas.

Aplicación para el control y gestión de ganaderías

Existen en el mercado diferentes aplicaciones de gestión y control de ganaderías unas genéricas y otras orientadas a las especies más comunes: vacuno, equino, porcino, caprino y ovino.

Las principales funcionalidades que debe tener una aplicación de este tipo son las siguientes:

- Gestión de los animales de la ganadería incluyendo una base de datos con las principales características de cada uno de ellos: datos básicos, genealógicos, sanitarios, comentarios por parte del ganadero, etc. También puede ofrecernos la posibilidad de identificar a los animales mediante fotografías y ofrecernos las relaciones entre ellos, como crías, padres, etc.
- También es muy importante que nos gestione el registro de veterinarios, tratamientos realizados, registros de análisis y observaciones, así como todos sus movimientos. Los movimientos son actuaciones que inciden en el animal, donde se introducen datos como motivo, procedencia, destino y precio. Están referidos tanto dentro como fuera de la ganadería, donde la situación actual del animal será el último movimiento registrado. Todo ello debe ser aplicable a un animal o conjunto de animales.

26

- Control del almacén de la ganadería, con distintas categorías de elementos, personalizables e ilimitados. Control y gestión de los movimientos de almacén realizados y programados. Estas funcionalidades nos van a permitir conocer en cualquier momento la cantidad de stock existente, así como el cálculo del precio medio de adquisición de elementos por año, los plazos para realizar nuevos pedidos, etc.
- Además debe disponer de funcionalidades de búsqueda de animales según diferentes criterios: especie, edad, finca, raza, sexo, etc.

Y la posibilidad de obtener diferentes listados e informes totalmente personalizables según los criterios que definamos.

- Debe permitirnos integrar todos los elementos de gestión de la trazabilidad comentados en el apartado anterior.

Dos ejemplos de este tipo de aplicaciones podemos encontrarlas en:

innovaGANADERIA

www.innovainet.com

Aplicación para la gestión de ganaderías de todo tipo: animales, tratamientos, incidencias, almacenes, control genealógico, sanitario, calendario, consumos y gastos, planificación de suministros, etc.

GesGAN

www.agrologics.com

GesGAN es una aplicación de gestión de ganaderías orientada principalmente al ganado vacuno, pudiéndose aplicar fácilmente a otros tipos de ganado. Permite llevar un estricto control de los animales, con los datos asociados a cada animal e incluso podrá introducir una fotografía del animal para poder consultarla posteriormente junto con el resto de datos.

27

Aplicaciones para control y gestión de explotaciones agrícolas

Las principales funcionalidades con las que debe contar una aplicación de este tipo son las siguientes:

- Gestión de fincas, cultivos y variedades: esta funcionalidad debe permitir la gestión del trabajo realizado en diferentes parcelas de la explotación, seccionar el cultivo o la variedad. Esta gestión nos permitirá trabajar con los datos relevantes en cuanto a personal, maquinaria, tratamientos, material y otros.

También nos debe dar la posibilidad de crear grupos de trabajo agrupando el personal, la maquinaria y el material necesario para el trabajo en cada parcela. Con este sistema de gestión podremos llevar el control de nuestros trabajadores y sus anticipos, horas, nóminas, trabajos realizados a terceros, etc.

- Control de gastos e ingresos: la aplicación nos deberá permitir la

gestión de todos los gastos producidos en nuestra explotación, incluyendo gastos directos de nuestra actividad, gastos generales u otras eventualidades como reparaciones de maquinaria.

En el caso de los ingresos, nos permitirá introducir los importes recibidos clasificados por variedades, calibres, parcelas, etc. Además de posibles ingresos provenientes de otros orígenes tanto públicos como privados.

Además nos debe permitir saber en todo momento la situación económica de nuestra explotación y así controlarla y trabajar de forma más segura y rentable.

- Trazabilidad: como se ha comentado anteriormente la gestión de la trazabilidad es uno de los aspectos fundamentales de nuestro sector y por tanto debe estar incluida en nuestro sistema de gestión.

28

- Gestión de los productos, dentro de este apartado se incluye:
 - La gestión de recolección, la aplicación debería contar con la suficiente flexibilidad para poder considerar nuestras variedades con sus calibres, periodos de recolección, cliente, número de documento, finca, parcela, etc. e incluir toda esta información en los albaranes de producto.
 - La gestión del almacén de productos: es importante que todos los artículos se encuentren actualizados tanto en su precio actual como en la cantidad almacenada. Esta cuestión es muy importante a la hora de cumplir las normativas, que nos exigen contar con los listados del inventario de todos los artículos fitosanitarios que utilicemos.

Un ejemplo de este tipo de aplicaciones puede ser:

KeyAGRO

www.keyagro.com

KeyAGRO se plantea con el objetivo de conocer todas las operaciones que se realizan en la explotación y poder valorarlas de una forma conjunta para mejorar la gestión y así conseguir mejores resultados en nuestro negocio. Se pretende también obtener todos los costes de producción de una forma clara, sencilla y fácil de analizar que nos ayude en la toma de decisiones y en la reducción de nuestros costes para un mayor beneficio.

Aplicaciones para control y gestión de Cooperativas Agrarias y Ganaderas

En el mercado existen aplicaciones de software específico para la gestión y el control integral de Cooperativas Agrarias y Ganaderas. Para este tipo de organizaciones se considera que las funcionalidades que deben incluir son:

- Gestión de cultivos y cabañas, incluyendo entregas y forma de liquidarlas, recepción de productos, gestión de cupos de entrega, trazabilidad (seguimiento de productos y registro de tratamientos), y toda la documentación que acompaña a estos procesos.
- Gestión de almacén: con actualización automática al introducir albaranes de compra y de venta, partes de producción y recepción de mercancía de socios, recuentos y regularizaciones y traspasos entre distintos almacenes.
- Compras y ventas: confección de prepuestos, pedidos y recepción de mercancías y emisión de albaranes y facturas.
- Tienda y suministros: La tienda cada vez adquiere más importan-

cia en el entorno de la Cooperativa agraria y ganadera. Por ello, es indispensable la instalación de uno o varios Terminales de Puntos de Venta (TPV) que se describen en un apartado posterior.

- **Gestión de la producción:** con este módulo se pueden confeccionar procesos tipo, indicando las cantidades ideales de materia prima, mano de obra y maquinaria necesarias para producir un determinado producto, para aplicarlo en procesos productivos como envasado, molidura, elaboración de todo tipo de derivados, fabricación de piensos, etc.

Ejemplo de programa de gestión para Cooperativas Agrarias y Ganaderas:

Aristeo gestión

www.aseproda.com

30

Aristeo Gestión es la aplicación informática creada para cubrir las necesidades de las Cooperativas Agrarias y Ganaderas, ofrece soluciones de gestión y control para cada una de las áreas o departamentos de la Cooperativa, de una forma completa e integrada.

Cualquiera de estos tres tipos de aplicaciones debe ser adaptable a nuestro caso en particular y debe tener todas las características y funcionalidades que necesitemos. Estas aplicaciones están compuestas por módulos y, en función de las necesidades de la empresa, requerirán unos determinados módulos u otros. Estos módulos están interconectados entre sí puesto que manejan información relacionada o en muchos casos la misma información. Por ejemplo, la información sobre las existencias en el almacén, tiene que estar disponible al realizar una consulta sobre un determinado producto, pero también para ver nuestras necesidades a la hora de realizar nuestros pedidos o para estudiar el histórico del almacén.

Hay que tener muy en cuenta que la aplicación ofrezca la posibilidad de

integrarse con nuestro programa de contabilidad o el de nuestro gestor externo si tenemos externalizado dicho servicio, los más comunes son ContaPlus, ContaWin y ContaNet.

Además de las funcionalidades específicas de nuestro sector, debemos considerar los módulos que cualquier empresa necesita para la gestión básica de su negocio. Los módulos más comunes que debería poseer nuestra aplicación son:

1. Módulo de Gestión

Es el módulo fundamental y dentro de él se encuentran las funcionalidades principales de la aplicación, desde el tratamiento de las ventas, pasando por facturación, gestión de clientes, proveedores, etc.

Hay que comprobar con el proveedor que la aplicación se adapta a nuestras necesidades y configurarla de acuerdo a nuestros requerimientos, puesto que varían en función de la tipología de nuestras instalaciones y del número de ellas, de los productos y servicios que ofrezcamos, etc.

Además en la mayoría de los casos será necesario que la aplicación cuente con herramientas para:

- Gestión de facturas, clientes, cobros, etc.
- Gestión de compras con albaranes, pedidos, facturas y proveedores.
- Control de almacén con inventario, listados, historiales, etc.

2. Módulo de Contabilidad y tesorería

Dentro de este módulo se encontrarán las herramientas para el control de la contabilidad y la tesorería. Como por ejemplo apuntes, arqueo de caja, desglose de cobros, etc.

Este módulo nos deberá proporcionar toda la información necesaria para la realización de la contabilidad de nuestra empresa. Además, nos servirá para proporcionar a nuestro servicio externo de contabilidad toda la información necesaria para que realice su tarea en lo que se refiere a cuentas internas así como para presentarlas ante los organismos correspondientes.

3. Módulo de Herramientas de consulta

Este módulo nos debe proporcionar herramientas para la obtención de los datos que necesitemos con el nivel de desagregación que precisemos, tanto para la gestión diaria de nuestro negocio, como para obtener series temporales e historiales de datos relevantes.

Deberá incluir listado de conceptos como clientes, productos, facturas, estadísticas, etc.

Además deberá ofrecernos utilidades para búsquedas y consultas de la base de datos de nuestro negocio.

Y por último, aunque no menos importante, deberá ofrecernos ayuda con cualquier punto anterior, por si no entendemos cómo se considera un concepto, cómo se anota o consulta, etc.

4. Módulo de Copia de seguridad o de respaldo

Mediante este módulo podremos realizar copias de seguridad. Dichas copias de seguridad contienen toda la información generada

en nuestra actividad y que el programa va almacenando para su futura utilización. Lo más recomendable es realizar estas copias de forma regular, para proteger la información de posibles fallos o averías en los equipos. Este módulo nos debe permitir recuperar en cualquier momento la información existente antes de que se produjera la avería o el fallo.

5. Módulo de Actualizaciones

Mediante este módulo, podremos descargarnos por medio de Internet las actualizaciones que nuestro proveedor realice en la aplicación, así obtendremos un ahorro de tiempo y dinero considerable al no tener que esperar a que el proveedor venga a nuestras instalaciones a realizar dicha operación, con el beneficio añadido de que elegimos el momento que más nos conviene para hacerlo. Además el proveedor podrá solucionarnos alguno de nuestros problemas de forma online, lo cual reduce los costes y las molestias que un problema con el sistema producen.

Además deberá contar con la posibilidad de configurar dichas herramientas a nuestro criterio para adaptarla lo mejor posible a nuestra realidad. Así, en función de nuestro caso en particular, podríamos necesitar más módulos.

Como se puede comprobar, todas estas funcionalidades o esta información normalmente tiene distintos orígenes, se centraliza y se pone a disposición de los distintos departamentos o usuarios del sistema, también localizados en diferentes partes de una instalación o en varias instalaciones distintas.

Para poder optimizar ese flujo de información y que esté disponible para las distintas áreas de nuestra empresa contamos con soluciones técnicas que nos facilitan dicho trabajo, son las redes informáticas.

Redes informáticas

Una forma de mejorar los procesos internos optimizando la comunicación interna y agilizando la consulta y almacenamiento de información, es mediante las redes informáticas. Por ejemplo, se puede necesitar consultar las existencias de un determinado producto en el almacén en tiempo real para conocer el número de unidades disponibles y su localización, etc. Mediante estas redes podremos realizar estas tareas.

Una red informática es un conjunto de dispositivos interconectados entre sí (ordenadores fijos, ordenadores portátiles, impresoras, escáneres, faxes, módems, etc). Las TIC han aportado grandes avances a las comunicaciones empresariales tanto externas como internas, y estos logros también son aplicables a la interconexión entre diversos equipos de la misma empresa a través de una red.

34

Actualmente, la forma más extendida de conectar los distintos dispositivos es mediante cables, aunque existe otra solución que son las redes inalámbricas denominadas Wi-Fi. Las redes inalámbricas conectan unos equipos a otros mediante señales de radio, lo que permite una mayor flexibilidad a la hora de conectar equipos que se encuentran cercanos pero en distintas dependencias o para no tener que realizar un cableado que puede resultar complicado o molesto.

Otra solución para conectar dos equipos de forma inalámbrica es la tecnología Bluetooth. Permite la conexión de distintos tipos de dispositivos entre sí como ordenadores portátiles, teléfonos móviles y agendas digitales. Gracias a esta tecnología sin cables conectamos distintos dispositivos como el teclado, el ratón o la impresora, podemos contestar un SMS escrito con el teclado del ordenador, compartir información entre varias agendas digitales o conectarlas a una impresora e imprimir desde una de ellas.

Para conectar dos o más sedes o instalaciones que se encuentran físicamente alejadas o con equipos que estén en movimiento (oficinas

comerciales, domicilios, hotel, etc.], existe una solución más avanzada que se denomina Red Privada Virtual o VPN (Virtual Private Network) que aprovecha la infraestructura de Internet pero con unas garantías de seguridad muy elevadas, ya que sabemos que nadie más va a acceder a la información que enviemos a través de esa red. Es muy útil para los negocios que tienen varios puntos de venta ubicados en distintos lugares.

Podemos distinguir dos tipos:

- **VPN de acceso remoto**, éste es quizás el modelo más usado actualmente y consiste en usuarios o proveedores que se conectan con la empresa desde sitios remotos utilizando Internet como vínculo de acceso. Una vez autenticados tienen un nivel de acceso muy similar al que tienen en la red local de la empresa.
- **VPN punto a punto**, este esquema se utiliza para conectar oficinas remotas con la sede central de una organización. El servidor VPN, que posee un vínculo permanente a Internet, acepta las conexiones vía Internet provenientes de los sitios y establece la conexión con la red o "túnel VPN".

35

Portal web de Intranet

Si queremos aumentar aún más nuestra comunicación interna podemos implementar una Intranet dentro de nuestra red. Una intranet nos proporciona mayor seguridad para poder compartir archivos, carpetas y recursos y nos ofrece herramientas para realizar consultas, informes o búsquedas dentro de la información que almacenemos en nuestra red, etc.

Además es un importante medio de difusión de información interna a nivel de grupo de trabajo porque permiten divulgar información de la compañía a los empleados con efectividad, consiguiendo que estos estén permanentemente informados con las últimas novedades y da-

tos de la organización. Esta información estará disponible en cualquier momento y desde cualquier localización. Suelen emplear mecanismos de restricción de acceso con sistemas de usuarios y contraseñas.

En las empresas actuales la información ha dejado de ser secreta y fuente de poder individual para convertirse en colectiva y fuente de ventajas competitivas para la empresa. Para que el personal participe y se implique en la marcha de la empresa, hay que aportarle una información clara y actualizada de la situación y de los objetivos de la misma.

Las Intranets se diseñaron con tres objetivos fundamentales:

1. **Fortalecer** la cultura corporativa implicando al personal de las organizaciones.
2. **Agilizar y ampliar** el acceso a la información interna, la comunicación y el flujo de trabajo entre los empleados y la organización.
3. **Optimizar los procesos**, tanto desde el punto de vista de los costes económicos como del tiempo necesario para realizarlos.

Las Intranets nos ofrecen una serie de ventajas que derivan de los objetivos que se establecieron al diseñarlas:

- Reducción de costes / tiempo: Se agilizan las comunicaciones y los procesos internos, se pierde menos tiempo en consultar y localizar información, se simplifican tareas, se elimina gran cantidad de papel innecesario, etc. Además las intranets utilizan los equipos existentes y por tanto no requieren una inversión muy costosa. Todo ello repercute en una reducción de costes y de tiempo perdido que además redundan en una rápida amortización de la inversión.
- Aumento de la productividad: Gracias a la simplificación de nume-

rosas tareas internas y a la reducción de costes y tiempo perdido se logra un gran aumento de la productividad de los empleados y de la empresa en general mejorando por tanto su competitividad.

- Mejora de la estructura informativa y la colaboración interna: Al estar más estructurada y disponible la información interna se eliminan muchas búsquedas, trabajo repetitivo o la realización de trabajo duplicado debido al desconocimiento de una parte de la empresa de lo que ya realizó otra con anterioridad.
- Actualización de la información en tiempo real: La información está siempre actualizada y de ella se obtienen datos en tiempo real, lo cual mejora en gran medida muchos procesos internos y sobre todo la toma de decisiones.
- Diseño personalizado: La intranet se diseña y se personaliza en función de las necesidades reales de la empresa y sus usuarios, de forma que sea lo más útil y fácil de manejar que sea posible.

ERP

Los sistemas ERP son sistemas integrales de gestión para la empresa. Se caracterizan por estar compuestos por diferentes partes integradas en una única aplicación. Estas partes son de diferente uso, por ejemplo: ventas, compras, logística, contabilidad (de varios tipos), gestión de proyectos, GIS (sistema de información geográfica), inventarios y control de almacenes, pedidos, nóminas, etc. El ERP integra todo lo necesario para el funcionamiento de los procesos de negocio de la empresa.

Los objetivos principales de los sistemas ERP son:

1. Optimización de los procesos empresariales.
2. Acceso a toda la información de forma confiable, precisa y oportuna.

3. La posibilidad de compartir información entre todos los componentes de la organización.
4. Eliminación de datos y operaciones innecesarias o redundantes.
5. Reducción de tiempos y de los costes de los procesos.

El propósito fundamental de un ERP es proporcionar un manejo de la información eficiente que permita la toma oportuna de decisiones y disminución de los costes totales de operación, así como apoyar a los clientes del negocio con tiempos rápidos de respuesta a sus problemas o requerimientos.

Las características que distinguen a un ERP de cualquier otro software empresarial, es que deben de ser sistemas integrales, con modularidad y adaptables.

38

Integrales, porque permiten controlar los diferentes procesos de la compañía entendiendo que todos los departamentos de una empresa se relacionan entre sí, es decir, que el resultado de un proceso es punto de inicio del siguiente. Por ejemplo, si recibimos un pedido en nuestra empresa sin un ERP, necesitaremos tener varios programas que controlen entre otros los procesos de control de almacén, distribución, facturación y cobro, con la desventaja de que al no estar integrados, la información se duplica y crece el margen de error. Con un ERP, el operador simplemente captura el pedido y el sistema se encarga de todo lo demás, por lo que la información no se manipula y se encuentra protegida.

Modulares. Los ERP entienden que una empresa es un conjunto de departamentos que se encuentran interrelacionados por la información que comparten y que se genera a partir de sus procesos. Una ventaja de los ERP, tanto económica como técnicamente es que la funcionalidad se encuentra dividida en módulos, los cuales pueden instalarse de acuerdo con los requerimientos del cliente.

Adaptables. Los ERP están creados para adaptarse a la idiosincrasia de cada empresa. Esto se logra por medio de la configuración o parametrización de los procesos de acuerdo con las salidas que se necesiten de cada uno.

Otras características destacables de los sistemas ERP son:

- Constan de una única base de datos centralizada.
- Los componentes del ERP interactúan entre sí consolidando todas las operaciones.
- En un sistema ERP los datos se ingresan sólo una vez y deben ser consistentes, completos y comunes.
- Las empresas que lo implanten suelen tener que modificar alguno de sus procesos para alinearlos con los del sistema ERP que redundará en un aumento de la productividad.
- La tendencia actual se dirige a ofrecer aplicaciones especializadas para determinadas empresas. Es lo que se denomina versiones sectoriales o aplicaciones sectoriales especialmente indicadas o preparadas para determinados procesos de negocio de un sector.

Hay que tener en cuenta que la instalación del sistema ERP es un proceso complejo y que requiere una inversión económica y, en ocasiones, estos sistemas son vistos como sistemas muy rígidos y difíciles de adaptarse al flujo específico de los trabajadores y el proceso de negocio. Pero a la larga sus ventajas y el aumento de productividad que logran superan con mucho dichos inconvenientes.

TPV

Puede que sirvamos nuestros productos directamente al consumidor, incluso que dispongamos de un local o locales de venta donde acudan los compradores particulares. Si este es nuestro caso necesitaremos un TPV. TPV es el acrónimo de Terminal Punto de Venta y hace referencia a los programas y tecnologías de la información y las comunicaciones que ayudan en las tareas de gestión de un negocio de venta al público.

Un Terminal Punto de Venta es un sistema informático que gestiona el proceso de venta mediante una interfaz accesible para los vendedores. El mismo sistema permite la creación e impresión del ticket de venta mediante las referencias de productos, realiza cambios en el stock en la base de datos y otras labores del negocio. El sistema se compone de una parte hardware (soporte físico) y otra de software (sistema operativo y programa de gestión).

40

Aunque en la introducción se comentaron de forma general los principales componentes de un sistema informático y varios de ellos son comunes a los TPV, se volverán a explicar en este apartado para evitar al lector tener que retroceder a la introducción para consultar definiciones.

Software

El cerebro de un sistema TPV es su programa de gestión o software. Existen dos tipos de aplicaciones:

- Estándar o Comerciales: son sistemas predefinidos, que pueden ser de tipo sectorial o TPV de carácter más general. Su punto débil es que no suelen admitir muchos cambios para adaptar la herramienta a las condiciones específicas de nuestro negocio, pero su coste es menor.

- A medida: son específicos para cada empresa y se adaptan a las particularidades del negocio donde se instalan. Suelen ser menos económicos y necesitan de un periodo de implantación para configurar dichas particularidades.

Hardware

Los elementos hardware imprescindibles de un TPV actual son los siguientes:

- Compacto. Puede ser una caja de PC normal, pero normalmente suele ser de tamaño reducido para que ocupe poco espacio y pueda ser ubicado encima del cajón portamonedas. Los componentes internos son iguales que los de un PC normal, sólo que con menos potencia, pues no es necesaria. Antiguamente la labor de la CPU la realizaba la caja registradora.
- Monitor. Puede ser un monitor normal de PC o uno que incorpore un sistema táctil que evita la utilización de ratón y agiliza las labores de gestión de cobro al permitir al usuario manejar más fácilmente los menús.
- Teclado. Puede ser un teclado de PC normal o uno de reducidas dimensiones para ahorrar espacio. También puede disponer de teclas configurables / programables con accesos directos y posibilidad de incorporar imágenes o símbolos a dichas teclas.
- Impresora de tickets. Sirve para expedir el recibo o resguardo de compra al cliente. Existen matriciales, térmicas y de tinta aunque estas últimas son poco utilizadas. Las matriciales son más lentas, utilizan cinta de tinta, permiten copia mediante calco al ser de impacto su método de impresión y son más económicas. Las térmicas son más rápidas y más pequeñas, sólo utilizan como consumible el rollo de papel especial de tipo térmico pero el ticket se deteriora más rápidamente con el tiempo y al exponerlo a calor leve.

Esto normalmente no es importante pero en algún caso si es muy relevante y el ticket está sometido al calor aunque sea levemente, se desaconseja su uso. Por ejemplo no pueden ser usadas para enviar una comanda a un cocinero. En algunos casos estas impresoras tienen varias estaciones de impresión especializadas, una primera para imprimir los tickets, una segunda para imprimir el rollo diario y por último otra estación especializada para imprimir facturas. Las conexiones habituales son serie, paralelo o USB.

- Cajón portamonedas. Los cajones portamonedas más usuales se conectan a un puerto especial que incorpora la propia impresora de tickets y sirve para abrir el cajón automáticamente sin necesidad de llave en el momento de la venta, para abrirlo es necesario enviar una secuencia de códigos a la impresora. Otro modelo de cajón es el que dispone de puerto serie que se conecta directamente a la CPU y se abre al recibir un impulso por dicha conexión. También se puede abrir manualmente con la llave.

42

Otros elementos que usualmente acompañan a un sistema TPV son:

Lector de código de barras. Dispositivo que interpreta los símbolos del código de barras que el fabricante imprime en la etiqueta de los productos. Existen diversos estándares como por ejemplo: EAN, UPC, CODABAR ó Code39. Éste suele ser una serie de dígitos o caracteres que representan unívocamente un producto.

La única función de este dispositivo es transcribir dicho código como si fuera teclado por el usuario y evitar posibles errores al teclearlo además de reducir significativamente el tiempo empleado por el vendedor. Además, en el sistema, se necesitaría disponer de una base de datos que identificara dicho código con el precio, descripción y demás características del producto elegido.

Display o visor de TPV. Pantalla de visualización de datos donde el cliente puede ver el resultado de la operación de compra u otra in-

formación antes de imprimir el ticket. Suelen tener dos filas de 20 caracteres y suelen ser de tipo: LCD (poca luminosidad), VDF (retroiluminado) o gráficos (mediante puntos y no caracteres).

Lector de banda magnética. Dispositivo que es capaz de transcribir la información contenida en la banda magnética de una tarjeta plástica (normalmente las tarjetas de crédito o débito de los bancos) para realizar una transacción bancaria en la venta o para identificar a una persona, ya sea para acceso a determinadas zonas o para fidelización de clientes, por ejemplo, en videoclubs.

Existen otros elementos que se pueden encontrar en un sistema TPV:

- Lector RFID.
- Lector de tarjetas con chip.
- Biometría.
- Impresora de etiquetas.
- Impresora de documentos.
- Impresora de tarjetas plásticas.
- Telecomanda.

Existe un poco de confusión con el término TPV, pues en muchos casos se suele utilizar para referirse a una parte del mismo, normalmente al conjunto de CPU y pantalla o a la caja registradora y otras veces únicamente al software.

También se conoce como TPV a los datáfonos proporcionados por algunos bancos que permiten el cobro a distancia (por red telefónica,

GSM o GPRS] mediante tarjeta de crédito o débito en la tienda física. Los datáfonos constan de un teclado y un lector de tarjetas. Poseen un pequeño software de comunicación además del software existente en el servidor con el que comunica. Pueden ser sustituidos por un lector de tarjetas de banda magnética en el TPV junto con el programa del banco para gestionar la transacción.

Se denomina TPV virtual a los sistemas de bancos o cajas para el manejo con seguridad de transacciones a través de Internet, normalmente en tiendas "on line".

2.2. MOSTRARME ANTE POSIBLES CLIENTES Y MEJORAR MI RELACIÓN CON ELLOS

44

Mantener una relación óptima y directa con los clientes es uno de los aspectos que más preocupa a todos los sectores empresariales y, en particular, al de la agricultura y la ganadería. La calidad de los productos es una variable fundamental, pero cada vez cobran más importancia otros parámetros relacionados con el servicio al cliente, tales como la disponibilidad, la rapidez o la atención inmediata. Internet ofrece buenas soluciones para ello.

Además de los canales habituales de comunicación, tales como teléfono o fax, los agricultores y ganaderos están comenzando a usar otras tecnologías para sus servicios al cliente. Internet es una potente herramienta que nos permite mostrarnos de forma directa a nuestros clientes. Facilitar las descripciones de nuestros productos y dar respuestas a través de Internet nos va a suponer importantes ahorros de tiempo, además de simplificar los procesos de relación con los clientes y aumentar su satisfacción.

Construir relaciones duraderas o incrementar su lealtad hacia nuestra marca y hacia nuestros productos y servicios, debe ser algo fundamental para nuestro sector.

Ventajas que aporta Internet a mi relación con los clientes

Entre las principales ventajas que aporta la utilización de Internet en las gestiones con clientes están las siguientes:

1. Menores costes

La aplicación de estas nuevas tecnologías va a permitir ofrecer mucha información a los clientes, obtener información e interactuar con ellos a precios muy bajos.

2. Mejor calidad en la atención

A través de nuestro sitio web o del correo electrónico, podemos interactuar con ellos en cualquier momento y desde cualquier lugar.

3. Mayor conocimiento de los clientes

Nuestro sitio web nos puede ofrecer información sobre cuáles son los productos que más les interesan, cuántos usuarios las visitan diariamente, cuál es la efectividad de las distintas acciones de comunicación, etc.

4. Incremento de las ventas

Internet constituye un nuevo canal de comunicación directa con el cliente, que nos permitirá ampliar nuestra cuota de mercado, junto con nuestros canales de venta habituales.

Estamos hablando en términos genéricos de una estrategia de negocios centrada en el cliente, que utiliza la red como uno de los medios o canales para interactuar con él.

Mostrarme ante posibles clientes a través de mi página web

Entre las ventajas que ofrece Internet a nuestro sector, hay que destacar la importancia de las páginas web. Nuestra página web es nuestro escaparate hacia la red, al que se asomarán numerosos agentes interesados en nuestros productos. Los clientes potenciales son en este momento a quien vamos a dirigir nuestra atención, aunque es obvio que estar online nos permite también interacciones con otros agentes relevantes como proveedores o clientes consolidados.

Para realizar la página web de nuestra empresa, generalmente lo más interesante es contratar este servicio a una empresa especializada en ello, que además de su creación y diseño puede encargarse de la compra del dominio, del correo electrónico y de darnos de alta en los buscadores más adecuados. Este servicio global suele ser el más adecuado ya que, aunque es posible contratar estos servicios por separado, resulta siempre más económico y eficaz hacerlo de forma integral.

La elección de nuestro proveedor debe ser una tarea cuidadosa, puesto que de ello va a depender el éxito que nos ofrecerá esta nueva herramienta. Además de comparar precios, es importante conocer otras páginas que hayan desarrollado y el éxito de las mismas. Aunque a menudo puede ser difícil, resulta muy interesante conocer opiniones de otros clientes y resultados que han obtenido.

El enfoque de nuestra página web debe ser el que nosotros elijamos, el mensaje que queremos enviar al cliente debe ser recibido por él de forma clara e intuitiva. Dependiendo de nuestro interés y recursos, podemos partir de algo sencillo e ir incorporando nuevos servicios a medida que se creen las necesidades, o bien crear desde el principio un portal que incorpore todos los servicios de la empresa que queremos y podemos ofrecer a nuestros clientes.

Existen varias posibilidades a la hora de encargar el diseño de la página web y de su instalación. Normalmente los diseñadores de páginas web le ofrecerán varias opciones, entre ellas destacaremos dos:

- Podemos encargar una web completamente a medida en la que podremos especificar qué secciones deseamos y cómo será cada una de esas secciones. Esta opción nos da toda la libertad de escoger sus preferencias pero a su vez es la opción menos económica.
- Podemos basarnos en una serie de plantillas o web prediseñadas, elegir una de ellas y personalizarla para nuestro negocio en particular proporcionando productos con sus características, calidad, trazabilidad e imágenes y los contenidos que deseemos tener. Esta opción es muy económica y también obtiene una imagen profesional y atractiva de nuestros productos.

“Sobre nosotros”

Información sobre nuestro negocio, localización y datos de contacto. Si queremos hacer una presentación más amplia de nuestro negocio, podemos incluir nuestra historia, productos y posicionamiento en el mercado.

“Sobre nuestros productos”

Podemos ofrecer un catálogo virtual de productos, en el que el cliente pueda encontrar la descripción, variedades, precio y disponibilidad de cada uno de nuestros productos, con el mayor detalle posible. Además este catálogo podría ofrecer servicios más avanzados al cliente, como permitirle buscar el producto que necesita atendiendo a diferentes criterios, tales como datos nutricionales, variedades, tamaño de los lotes, etc.

“Sobre nuestros servicios”

Si no disponemos de venta por Internet, a través de nuestra web podemos informar sobre los puntos de venta donde poder adquirir nuestros productos. Si disponemos de servicio de venta telefónica, podemos incluir el horario de atención telefónica, el precio del servicio y las condiciones.

Si tenemos pensado ofrecer un servicio de venta por Internet o ya disponemos de él, debemos contar con un sistema, que permita al cliente realizar y personalizar su pedido con seguridad. En este caso debemos ofrecer al cliente distintas formas de pago, desde las más habituales como pueden ser contra-reembolso, transferencia bancaria

o pago con tarjeta de crédito a través de las pasarelas de pago, hasta nuevas formulas diseñadas a la medida del cliente. (Ver apartado 2.3).

48

En cuanto a la entrega del pedido, podemos informar en nuestra página web sobre los plazos de entrega, pero también podemos incorporar un sistema de seguimiento del pedido de forma que cuando el cliente introduzca en nuestra página algún dato tal como el número de pedido o un código de identificación de la compra, le permita conocer la situación real de su pedido, en preparación, en reparto o incluso la localización concreta del pedido si nuestro sistema logístico nos permite este seguimiento concreto.

“Atención al cliente”

En cualquier caso y puesto que no tenemos contacto directo con nuestros clientes, es interesante incluir un sistema en el que puedan enviarnos comentarios, opiniones o sugerencias. Puede ser a través de correo electrónico o bien mediante el uso de formularios vía web elaborados para ese fin.

Además del diseño y de los contenidos de nuestra web, es fundamental que sea visible, por tanto es muy importante la elección de la dirección web. Su "nombre" debe permitir la identificación fácil de nuestros productos y, en la medida de lo posible, debe ser un nombre que se recuerde fácilmente.

Del registro de la página puede encargarse el proveedor de páginas web que hayamos elegido, se puede seleccionar un dominio de ámbito general ".com", usualmente empleado por empresas en general con cualquier actividad comercial o un dominio de ámbito territorial, que en el caso de España sería ".es".

Para estar bien posicionados en la red, debemos tener en cuenta a los "buscadores". Se trata de sistemas que recopilan y estructuran la información para facilitar su búsqueda a los usuarios. Existe un gran número de buscadores, entre los más visitados se encuentra www.google.com. Para que un cliente nos encuentre a través de un buscador, lo ideal es que estemos posicionados en los primeros puestos de los resultados de la búsqueda.

Cada buscador tiene sus propias reglas para establecer el orden en el que aparecerán las páginas encontradas, pero de cualquier modo será tarea nuestra definir los términos que deberá introducir un cliente para encontrarnos. Si nuestro negocio es la venta de piñones por ejemplo, servirían: piñones, frutos secos, alimentación, etc. Lo más idóneo es que las palabras clave que escojamos estén en el título de nuestra web y que aparezcan con frecuencia en el texto de la propia web. Algunos proveedores de páginas web también incluyen entre sus servicios el posicionamiento de nuestra página en algún buscador destacado.

Una vez definidos los contenidos, es importante que estén bien estructurados. La estructura de la web, es lo que se denomina mapa de la web y nos indica el modo en que se accede a todos los contenidos. Este mapa lo realizará nuestro proveedor, pero siempre es importante

que le ofrezcamos nuestro punto de vista. No debemos olvidar que el acceso a cada información debe estar claro y debe ser sencillo, de otro modo el usuario perderá información que puede ser importante.

Una vez terminada y probada, la página ya está dispuesta para ser publicada en Internet. Cualquier página debe ser ofrecida por un servidor de Internet, que permitirá acceder a ella en cualquier momento y en cualquier lugar. El servidor debe tener la capacidad y servicios necesarios para que no haya limitaciones en el número de visitantes que pueden entrar en el sitio al mismo tiempo y proporcione servicio técnico las 24 horas.

En el momento de su publicación, nuestra empresa está en la red y es importante sacarle el máximo partido a esta posición.

50

- Para conseguir que los clientes no pierdan interés en nuestra página, debemos actualizarla periódicamente, publicar novedades sobre nuestros productos, nuevas ofertas, etc. en caso contrario el usuario tendrá la sensación de ver lo mismo que vio la última vez y perderá interés.
- Debemos promocionar nuestros servicios on-line, para lo cual podemos crear boletines electrónicos con información de interés, escribir artículos en revistas electrónicas, participar en foros, chats y listas de noticias, intercambiar enlaces y publicidad con otros sitios web, etc.

En los siguientes ejemplos de páginas web se puede observar la utilización que dos empresas del sector de la agricultura y la ganadería dan a Internet, cada uno desde su tamaño y subsector correspondiente.

Grupo Copese

www.copese.net

COPESE es un grupo dedicado principalmente a la producción y comercialización de piensos y productos cárnicos de cerdo blanco graso e ibérico de pienso.

Para la obtención de su producción Copese investiga, desarrolla y produce en las áreas de selección porcina, crianza, piensos, despiece y la fabricación de embutidos y jamones propiamente dicha.

Agroinnova

www.agroinnova.com

Agroinnova es una empresa que se dedica al cultivo, selección y comercialización de patatas de forma segmentada, es decir, utilizando diferentes variedades de patata dependiendo de sus usos culinarios. www.agroinnova.com obtuvo el primer premio en la categoría de Empresas de los Premios Internet Castilla y León 2002 que otorga la Junta de Castilla y León.

51

Comunicación con mis clientes a través de correo electrónico

Actualmente, una de las formas más extendida de comunicación es el correo electrónico o «e-mail». Se trata de una aplicación informática que nos permite enviar y recibir mensajes a cualquier otro usuario en el mundo. Dichos mensajes están formados por información de muchos tipos y en muchos formatos, incluyen texto, imágenes, sonidos, presentaciones,... y, en general, cualquier fichero electrónico que deseemos.

Esta herramienta nos va a resultar muy útil para hacer llegar información de nuestros productos a nuestros clientes y también para recibir sus comentarios.

Los correos electrónicos suelen ser breves y la estructura de un mensaje tipo esta compuesto por los siguientes campos:

- Remitente
- Destinatario o destinatarios
- Asunto o título del mensaje
- Texto del mensaje
- También puede contener ficheros adjuntos de cualquier tipo (texto, imágenes, sonidos, vídeo, programas...]

Esta forma de comunicación tiene numerosas ventajas:

52

- **Es rápido**, generalmente un email tarda en llegar al destinatario unos pocos segundos desde su envío.
- **Es económico**, puesto que permite enviar información a cualquier parte del mundo.
- **Es eficiente**, nos permite enviar la misma información a varios destinatarios a la vez o reenviar información que recibimos a un destinatario distinto de una forma muy sencilla. También podemos utilizar la información de un mensaje para incorporarla a un documento sin necesidad de reescribirla.
- **Es fiable**, podemos mantener almacenados los mensajes enviados y recibidos. Además, si un mensaje no se puede enviar al destinatario, es devuelto al remitente.
- **Es versátil**, ya que permite enviar cualquier tipo de información y en diferentes formatos, textos, imágenes, vídeos, etc.

El funcionamiento es muy sencillo, basta con que la persona cuente con un software específico de correo electrónico y con un buzón electrónico, que no es más que un espacio en el disco en el que se almacenan los

mensajes que recibe. Este buzón debe tener una dirección que identifique a la persona, para que el remitente sepa a quién envía el mensaje.

Una variante del correo electrónico es el webmail, que permite gestionar el correo electrónico desde un sitio web. Este sistema es especialmente útil para personas que no utilizan habitualmente el mismo ordenador. De este modo pueden enviar y recibir mensajes desde cualquier equipo conectado a Internet. Suele ser ofrecido habitualmente por los proveedores de acceso a Internet en sus páginas web.

Gestión de las relaciones con mis clientes a través de CRM

53

Podemos encontrar en Internet nuevos procesos para la gestión de las relaciones con nuestros clientes, bajo las siglas CRM (Customer Relationship Management – Gestión del Conocimiento de la Relación con el Cliente). Los fundamentos de los procesos CRM están basados en un trato adecuado a los clientes, el reconocimiento de su individualidad y la satisfacción de sus necesidades particulares.

La implementación de estos sistemas CRM va a permitir a nuestra empresa anticiparse a los deseos de los clientes, obteniendo información pero sin llegar a acosarlos. Se trata cada vez más de brindar un servicio al cliente que nos permita estar en mejores condiciones de competir en el mercado.

objetivos de estos procesos son los siguientes:

- Por una parte ser capaces de disponer y distribuir información adecuada e histórica de los clientes, de la evolución del negocio, el mercado y el posicionamiento de nuestros productos.
- Por otro lado poder analizar la información obtenida, mediante herramientas específicas, para profundizar en el conocimiento del cliente, su valor y sus necesidades.

Antes de integrar en la empresa las soluciones tecnológicas que ofrecen los sistemas CRM, es preciso definir los objetivos empresariales que queremos conseguir, incluyendo un análisis previo de la inversión que supone y un seguimiento de los resultados de la misma.

54

Una vez que decidimos implementar un sistema CRM en nuestra empresa, no debemos olvidar aspectos importantes como:

Adaptar los procesos de la empresa al sistema CRM

Es preciso determinar previamente las funciones que se deseen automatizar y pensar que una vez implementada la tecnología, la gestión de los procesos habituales debe seguir siendo igual de sencilla. Los procesos que van realizarse de forma más efectiva, serán entre otros:

- Registro de nuevos clientes
- Envío de precios, ofertas, agradecimientos, acuses de recibo
- Respuestas a preguntas frecuentes
- Coordinación de las compras y las ventas
- Información interna de la distribución de los productos

- Control y seguimiento del pedido por parte del cliente

Seleccionar una solución tecnológica que ofrezca confianza al cliente

No podemos decir que un canal de gestión con clientes sea el mejor de todos, sino que debe utilizarse aquel que sea más adecuado en función de tipo de información que se desea transmitir y sobre todo, de las preferencias del cliente. La tecnología que utilicemos debe ser capaz de optimizar nuestra gestión, a la vez que ofrece seguridad y calidad al cliente.

Una vez implantados estos nuevos sistemas de gestión, seremos capaces de obtener gran cantidad de información acerca del cliente, sus preferencias a la hora de recibir la información, sus canales de información favoritos, con qué frecuencia contacta y quiere contactar con la empresa, productos que le resultan de mayor interés, dudas, consultas o pedidos que realiza. Se puede encontrar más información en:

Asociación Española de Comercio Electrónico [AECE]

www.aece.org/empresasb2c.asp

La Asociación Española de Comercio Electrónico nos ofrece numerosa información de interés, consejos básicos sobre gestión con clientes, y estudios de ventas al consumidor, índices de evolución de mercados online, etc.

Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo

www.fecemd.org

En la Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo encontraremos ayuda a la hora de profundizar en el conocimiento de la gestión de clientes a través de la red. Artículos, informes, estudios de situación, estrategias y formación así como estudios de campañas promocionales on line, nos permitirán estar al día en cuanto a las acciones más correctas que se deben llevar a cabo para una correcta relación con nuestros clientes.

2.3. COMERCIALIZAR MIS PRODUCTOS, ABRIRME A NUEVOS MERCADOS

Como ya hemos comentado en el apartado anterior, mostrar los productos es una de las principales preocupaciones para el sector de la agricultura y ganadería, sin embargo, nuestro objetivo final es conseguir que los clientes compren nuestros productos.

Uno de los principales avances para la comercialización de nuestros productos a través de Internet ha sido el comercio electrónico. Se trata de un nuevo canal de distribución, que podría presentar bastantes similitudes con la compra telefónica o por catálogo, pero que sin embargo, está abierto al público 365 días al año y 24 horas al día.

56

Inicialmente la venta por Internet no ofreció los resultados que se esperaba, debido fundamentalmente a la inseguridad que producía en los compradores. El aumento del número de usuarios y de su confianza en la red, han provocado un crecimiento progresivo en las cifras globales de venta, tal como indica la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE).

Hoy en día prácticamente se puede comprar cualquier producto o servicio a través de Internet. Se puede contratar un seguro o un viaje, comprar un billete de avión, tren o autobús y realizar la compra doméstica, productos de limpieza, libros, música o coches. Y todo ello sin moverse de casa.

Ventajas de la compra por Internet

Según las encuestas realizadas por la Asociación Española de Comercio Electrónico, las principales razones de los consumidores para comprar por Internet son:

1. Comodidad

Las tiendas virtuales están abiertas en cualquier momento y en cualquier lugar, por lo que el cliente puede comprar lo que necesite siempre que lo desee.

2. Precio

En Internet es posible encontrar productos iguales a menores precios, esto se debe fundamentalmente a que con este sistema de venta se eliminan intermediarios de la cadena de suministro entre el proveedor y el cliente final.

Otro de los factores que hacen al cliente comprar a mejor precio es la posibilidad de comparar productos y precios de forma muy rápida.

3. Universalidad

Es posible comprar desde cualquier lugar, esto nos permite acceder a productos de cualquier procedencia o aquellos que no es fácil encontrar cerca de nuestro ámbito.

4. Rapidez

Las empresas que ya se han decidido a ofrecer sus productos on-line, han optimizado sus sistemas logísticos, de modo que los clientes pueden recibir su producto en un intervalo muy corto de tiempo.

Funcionamiento

El aspecto que diferencia a las tiendas virtuales de las páginas web, es que disponen de una pasarela de pago que no es más que un enlace a un servidor seguro de una entidad bancaria donde habrá que facilitar el número de la tarjeta de crédito para hacer efectiva la compra.

La Ley de Protección de Datos hace que la seguridad, la fiabilidad de la compra y la confidencialidad en las tiendas virtuales sea un aspecto fundamental. Las tarjetas de crédito son el medio de pago más común en Internet, pero también hay otras tiendas que permiten otros sistemas de pago como contra-reembolso a la recepción del pedido o transferencia bancaria.

Algunas entidades financieras están impulsando otros sistemas más o menos novedosos, por ejemplo «e-pagado», de Bankinter, que permite enviar y recibir dinero de forma segura y gratuita, con sólo tener la dirección e-mail del destinatario. También permite realizar compras en muchos comercios asociados sin dar el número de cuenta o tarjeta de crédito. Para poder utilizar la cuenta personal, sólo hace falta darse de alta, y a continuación se podrá enviar y solicitar dinero, realizar compras, y añadir o retirar fondos.

58

¿Cómo podría un cliente comprar mis productos por Internet?

La forma de comprar en Internet varía en función del producto que se quiere comprar sin embargo los pasos que se siguen son muy similares en todos los casos.

En el caso de que un cliente quisiera comprar alguno de nuestros productos de unas determinadas características y de una calidad concreta de nuestra tienda on-line tendría que hacer lo siguiente:

Paso 1: Registrarse

En general, las tiendas de comercio electrónico exigen un registro previo del comprador. Para nosotros esto va a constituir una fuente de información instantánea muy útil, puesto que podremos conocer cuántas veces visita nuestra tienda cada cliente, con qué frecuencia utilizan nuestros servicios, qué productos son los que más compran, etc. Esta información nos va a permitir dirigir nues-

tros productos y nuestras ofertas de forma personalizada a cada cliente.

Es importante que la recogida de datos se realice de acuerdo a la Ley de Protección de Datos y que el navegador indique que se trata de un servidor seguro.

Una vez que el cliente ha introducido sus datos, se le facilitará un nombre de usuario, que a menudo coincide con su dirección de correo electrónico y una contraseña. Estas dos variables le permitirán identificarse cada vez que quiera acceder a nuestra tienda virtual.

Paso 2: Seleccionar el producto y la cantidad del mismo

Una vez registrado, el cliente podrá acceder a nuestra tienda. Generalmente el aspecto que presentan las cestas de la compra online es muy parecido al de los «carritos» de las tiendas físicas.

Una vez en la tienda el cliente deberá seleccionar los productos y las unidades que desea de cada uno de ellos e incluirlos en su carrito de la compra.

Paso 3: Tramitación de compra

A continuación deberá tener la opción de seleccionar la fecha en la que desea recibir el pedido y la forma de pago del mismo. Una vez introducidos dichos datos, el sistema le proporcionará un «número de identificación pedido», con el que podrá solicitar cualquier tipo de información relativa al mismo. La información que le podremos ofrecer de su pedido dependerá de los servicios que ofrezca nuestra página web. (Ver apartado 2.2).

Servidores seguros

Para que la compra se realice de forma segura es necesario contar con un servidor seguro, es decir especialmente configurado para que pueda garantizar que la información entre el cliente y el servidor sea inteligible sólo por el servidor y el visualizador que accede a la web. Es el sistema que permite proteger por ejemplo los números de tarjeta de crédito.

Es un requisito imprescindible para el establecimiento de servicios de banca electrónica o de comercio electrónico, aunque también se utiliza cuando es necesario restringir el acceso de entrada mediante claves.

Existen protocolos para realizar estos sistemas de seguridad y también existen empresas que se encargan de garantizar que la identidad de las dos partes de una transacción es fiable, estas entidades son las Entidades Certificadoras (Certificate Authorities, CA) y se encargan de autenticar y garantizar que el acceso sólo se permite a las personas autorizadas en cada caso.

60

Verisign es la Entidad certificadora más consolidada hoy día, si bien son muchas las compañías que están maniobrando con rapidez para ofrecer sus propias soluciones. En el caso de Verisign existen diferentes clases de certificados, dependiendo del nivel de autenticación que se quiera alcanzar, y los requisitos para los mismos van en función de este nivel. La «Clase 1» es la más baja, se emite para uso individual y se puede conseguir en Internet, lo único que autentifica es la relación entre un nombre de usuario y una dirección e-mail. Los certificados de «Clase 2» se expiden después de comparar la información aportada por el suscriptor en determinadas bases de datos de consumidores.

Para más información: www.verisign.com

Otras entidades certificadoras importantes son Thawte, GlobalSign, Bel-Sign (para Europa) o IPS en España.

Ejemplos útiles

Estrenate

www.estrenate.com

Esta página está promovida por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE). En ella se describe, de una forma muy asequible, el funcionamiento del comercio electrónico y la seguridad con que se pueden realizar todo tipo de transacciones comerciales en la red. Mediante simulaciones nos exponen diferentes casos en los que se muestra cómo contratar un viaje o cómo comprar una cámara fotográfica.

Alimentos de Castilla y León

www.alimentosdecastillayleon.com

Portal gestionado por la Asociación Tienda Virtual de alimentos de Castilla y León que engloba diferentes empresas pertenecientes a la Asociación de Artesanos de productos alimentarios o a alguna de las Denominaciones de Origen, Indicaciones geográficas protegidas o Marcas de calidad reconocidas y aprobadas por la Junta de Castilla y León.

El principal objetivo del portal es dar a conocer y comercializar los diferentes productos de calidad de Castilla y León aprovechando para ello las ventajas de las nuevas tecnologías.

Los usuarios podrán realizar compras a distancia de productos a los que no se tiene acceso por los cauces convencionales, igualmente podrán enviar artículos como regalo o a direcciones distintas a las del comprador de forma rápida y segura, y por último, dispondrán desde casa de información sobre productores y productos de calidad que de otra forma resultarían desconocidos por la lejanía en el espacio y el tiempo.

Portal Mercado del Camino

www.mercadodelcamino.com

Portal gestionado por la Asociación Mercado del Camino, que se dedica a la promoción y venta a través de Internet de productos tanto artesanales como agroalimentarios de calidad relacionados con el Camino de Santiago a su paso por Castilla y León.

El Corte Inglés

www.elcorteingles.es

El Corte Inglés estrenó en abril de 1999 «El Sitio de las Compras» que unía la librería electrónica y el supermercado virtual. Dos años después, los internautas pudieron adquirir productos y servicios de varias tiendas especializadas, que no son más que un reflejo de las que hay en los centros físicos: agencia de viajes, centro de seguros, Club del Gourmet, etc.

62

Observatorio Regional de la Sociedad de la Información de Castilla y León

www.jcyl.es (->Sociedad de la Información -> Observatorio)

El Observatorio de la Sociedad de la Información en Castilla y León tiene como misión identificar y generar conocimiento sobre el estado de la sociedad de la información en Castilla y León. Entre los estudios y documentos elaborados, se encuentra el Estudio: "E-comercio. Comercio electrónico: situación actual, iniciativas de desarrollo, desmitificación y compra segura", en el que se abordan los principales aspectos referentes al comercio electrónico, analizando su situación actual, sus ventajas, normativa y precauciones en cuestiones de seguridad. Además, en él se exponen buenas prácticas de comercio electrónico detectadas en Castilla y León demostrando que las iniciativas del sector en nuestra región son sostenibles y rentables desde el punto de vista del negocio. (Se encuentra disponible para su consulta en la propia web).

2.4. AMPLIAR MI ABANICO DE PROVEEDORES MEJORANDO MIS CONDICIONES DE COMPRA

La gestión de compras y la mejora de la relación con los proveedores son mecanismos imprescindibles para aumentar la competitividad de las empresas. Actualmente con las TIC y en concreto con la aparición de Internet, se han impulsado en gran medida este tipo de mecanismos y se nos ofrecen muchas oportunidades para realizar negocios con nuestros proveedores reduciendo significativamente los costes y el tiempo asociado normalmente a los procesos de compra.

Este tipo de actividades se lleva a cabo en Internet en los denominados «e-Marketplaces» («mercados virtuales» o «espacios virtuales de compra»). En ellos se intercambian los productos y/o servicios entre los compradores y vendedores, normalmente gracias a un tercer agente que es el encargado de desarrollar el sistema para poder realizar las operaciones y que se denomina «market maker» o «infomediario».

Los mercados electrónicos o eMarketplaces surgieron como consecuencia de la búsqueda de economías de escala por parte de las empresas y funcionan como puntos de encuentro entre organizaciones compradoras y vendedoras de productos y/o servicios. También existen variaciones dentro de estos mercados que han derivado en sistemas de subastas online, donde normalmente el portal suele cobrar una comisión equivalente a un porcentaje del valor de la transacción si se efectúa la operación.

Estos sistemas además son adaptables y muy flexibles dándonos la oportunidad de realizar operaciones como «subastas invertidas» en las que los compradores fijan las condiciones de la operación y son los que venden quienes realizan las pujas. También se pueden realizar compras conjuntas o agregadas en las que varios compradores realizan una única compra común a un mismo proveedor.

Estos mercados se fundamentan en una gran base de datos en la que se almacenan los compradores y los vendedores, cada uno con sus características y condiciones. Ambas partes pueden acceder vía Internet a los datos y las ofertas de los demás agentes integrantes.

Para pertenecer a estos mercados se exige un registro previo aportando todos los datos necesarios para una correcta identificación tanto de compradores como de vendedores.

El funcionamiento de estos mercados es muy sencillo, normalmente el comprador formula una solicitud y el sistema le mostrará los proveedores que pueden servirle el pedido solicitado, incluyendo toda la información relevante del proveedor en cuestión. Anteriormente los vendedores deberán haber introducido su catálogo de productos y sus condiciones de venta para poder realizar las búsquedas correctamente.

64

El proceso más sencillo de una compra se realizaría siguiendo los pasos que se detallan:

Las principales ventajas de estos mercados son las siguientes:

1. Se puede beneficiar de estos mercados cualquier empresa sin importar su tamaño, independientemente de que se trate de pequeñas o medianas empresas, o grandes grupos.
2. Se reducen los costes en los procesos de compra y se estima que esta reducción se sitúa entorno al 50%. Esto se debe a que el proceso se lleva a cabo de forma más eficiente al integrar a nuestro proveedor en la cadena de valor y aumentar la interactividad con ellos.
3. Eliminación de intermediarios, gracias a las ventajas que nos dan las TIC para intercambiar información entre distintas empresas, se puede prescindir de los intermediarios que no aporten valor añadido al producto.

4. El comprador dispone de mayor número de proveedores para elegir, además de forma más sencilla y económica. También dispone de mucha más información sobre la oferta y la demanda y además actualizada.
5. Disminución de los precios de compra, al disminuir el número de intermediarios, mejorarse la comunicación y la gestión, mejorar el poder de negociación del comprador y poder acceder a un mayor número de ofertas.
6. Mayor rapidez de aprovisionamiento debido a la automatización del proceso y la interactividad con el proveedor y con la ventaja de poder saber en todo momento el estado de nuestros pedidos.

2.5. MEJORA DE LA INFORMACIÓN Y DE LA FORMACIÓN

65

Búsqueda de información en la red

Internet nos ofrece una ingente cantidad de información, pero su localización no resulta siempre una tarea fácil debido a la gran cantidad de datos existentes en la red. Actualmente existen varios miles de millones de páginas web y su ritmo de crecimiento diario es de varios millones de páginas al día.

Por ello debemos saber cómo optimizar nuestra búsqueda. La forma más sencilla es utilizando unos de estos tres sistemas: los buscadores, los directorios y los portales temáticos.

1. Los buscadores, también denominados motores de búsqueda, son sistemas automáticos que recorren la red comprobando las páginas web que hay publicadas para posteriormente almacenar información sobre cada una de ellas en una base de datos a la

que los usuarios podrán acceder mediante un formulario que el buscador nos ofrece. En dicho formulario debemos introducir uno o más términos de búsqueda, el motor consulta su base de datos y nos devuelve las direcciones de las páginas web que exploró anteriormente, ordenados por grado de relevancia y coincidencia con los términos introducidos.

2. Los directorios están formados por una base de datos clasificada por categorías y con un índice temático y/o geográfico. Para buscar páginas web con los contenidos que nos interesen deberemos recorrer el árbol de clasificación hasta encontrar la categoría que buscábamos y una vez allí, elegir de entre las páginas que nos ofrezca. Por ejemplo si deseamos encontrar información sobre distintos comercios dentro de Castilla y León probablemente deberemos recorrer el árbol de una forma parecida a esta: España > Castilla y León > Economía y negocios > Compras
3. Un portal temático es un conjunto de páginas web dedicadas en exclusiva a un tema en concreto. Suele disponer de un índice temático y ofertas relacionadas con el tema en cuestión.

66

Algunos ejemplos:

Buscador de Ayudas y Subvenciones del Observatorio Regional de la Sociedad de la Información de Castilla y León
www.orsi.es (-> Ayudas y Subvenciones)

El buscador de Ayudas y Subvenciones del Observatorio de la Sociedad de la Información en Castilla y León permite encontrar medios de financiación de diferentes ámbitos relacionados con las TIC.

El buscador cuenta con un campo genérico denominado "Texto" que permite realizar la búsqueda sobre el título, la descripción y el contenido de los posibles resultados. También se permite restringir búsqueda según el Organismo que los promueve, así como por el tipo de Ayuda.

Buscador de Buenas Prácticas del Observatorio Regional de la Sociedad de la Información de Castilla y León

www.orsi.es (-> Buenas Prácticas)

Este Inventario de Mejores Prácticas sirve para identificar las oportunidades de desarrollo de la Sociedad de la Información en Castilla y León a través de la aplicación de las Mejores Prácticas que se hayan detectado en otros ámbitos regionales, nacionales e internacionales, tanto en el sector público como en el sector privado. Todo ello en el marco de una tarea de apoyo continuo a la labor del Observatorio Regional de la Sociedad de la Información.

Se permite restringir por la categoría, sector, ámbito de aplicación y Comunidad Autónoma. Cada ficha de Mejor Práctica aparece identificada por un código y la fecha de edición, lo que nos permite identificar la categoría en la que se engloba la mejor práctica identificada, así como el año de identificación.

67

Google

www.google.es

Google es fundamentalmente un buscador (aunque también tenga un directorio temático), de hecho está considerado como uno de los mejores buscadores existentes en la red dada la calidad y rapidez de sus resultados. Permite realizar la búsqueda restringiendo los resultados a las páginas que estén en español o sin límites buscando en toda la web. Permite además, buscar sólo imágenes, grupos de noticias, o directorios y cuenta con una opción de búsqueda avanzada muy completa.

Dmoz, Open Directory Project

www.dmoz.org

The Open Directory Project (ODP) es un directorio construido y mante-

nido por una gran comunidad global de editores voluntarios. El Open Directory provee de los servicios de directorio esenciales a los mayores y más populares motores de búsqueda y portales, incluyendo Google, Yahoo, Lycos, Netscape Search, AOL Search, HotBot, DirectHit y otros cientos más.

Se diferencia del resto de directorios en que la revisión y la clasificación de las páginas web son realizadas por personas, no de forma automática por un robot de búsqueda.

Yahoo

www.yahoo.es

Yahoo es un directorio, por lo tanto la información que contiene está estructurada y dispone de dos opciones de búsqueda: desplazarse por la estructura de directorios o utilizar un buscador automático.

68

Altavista

www.altavista.com

Posee una buena rapidez de respuesta y ofrece distintos tipos de búsqueda en la web: búsqueda de archivos MP3 y audio, de imágenes, vídeo y directorios. Posee también una opción de búsqueda avanzada. Incluye selección de búsqueda en castellano o en todos los idiomas.

Formación en Nuevas Tecnologías

Hoy en día las nuevas tecnologías y la sociedad digital forman parte de nuestra vida cotidiana, por lo que disponer de buenas posibilidades de formación en estas nuevas tecnologías es algo prioritario.

El Programa Emprendedores es un conjunto de actuaciones que impulsa la Junta de Castilla y León, a través de la Consejería de Fomento, relativas a fomentar la incorporación de las MicroPymes y Trabajadores Autónomos a la Sociedad Digital y del Conocimiento.

Una de las líneas de acción que desarrolla el programa es la Formación y Capacitación. Dentro de este ámbito, se incluyen las siguientes actuaciones:

- Talleres Formativos de Sensibilización

Se trata de Talleres de Sensibilización sobre la importancia y las ventajas que tiene usar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en los negocios (Talleres de Nuevas Tecnologías para Autónomos y Microempresarios).

La actuación está fundamentalmente dirigida a emprendedores, autónomos y microempresarios de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Los talleres son acciones formativas de carácter gratuito impartidas por personas con experiencia en dinámicas de grupo y conocimientos en nuevas tecnologías. Cada taller tiene una duración de 8 horas, susceptible de adaptación en función de las características del sector o de otras circunstancias. Se pueden planificar en una o varias sesiones y en horario de mañana o de tarde.

- Jornadas Prácticas Formativas

Dentro de las acciones formativas, como acción de refuerzo se plantea la realización de una serie de Jornadas Tecnológicas (Jornadas Prácticas Formativas), cuyo principal objetivo es mostrar a los asistentes (Trabajadores Autónomos y Microempresarios) las soluciones tecnológicas que permitan optimizar sus recursos y simplificar sus procesos.

Como objetivos específicos, se pretende:

- Exponer el estado de la tecnología y sus aplicaciones al sector

- Difundir casos de éxito en la implantación de tecnologías en el sector
- Aportar información sobre las principales soluciones disponibles y las funcionalidades que éstas pueden proporcionar
- Proporcionar un catálogo de recursos (portales temáticos, líneas de ayudas y subvenciones,...) de relevancia en materia TIC para el sector.

Por otro lado, la Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León, ofrece a todos los ciudadanos, formación presencial y formación on-line gratuita en Nuevas Tecnologías a través del **Programa Iníci@te**.

70

La temática de los cursos abarca desde aspectos básicos como “Introducción a Internet y a las Tecnologías de la Información y la Comunicación” o hasta cursos más avanzados como “Uso inteligente de Internet”, “Comercio Electrónico” o “Servicios de las Administraciones Públicas por Internet”. Siempre, dirigidos a cubrir las necesidades de los ciudadanos y cumplir un doble objetivo:

Introducir a los usuarios en el uso de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Mostrar una amplia gama de utilidades y servicios a los que se tiene acceso a través de Internet.

Los ciudadanos reciben formación especializada a través de los monitores y profesores que les asesoran en el manejo de los ordenadores y les dan a conocer las grandes ventajas y servicios que Internet proporciona.

Iníci@te On-line es la herramienta de teleformación del Programa Iníci@te, donde cualquier usuario puede participar en cursos y micro-

cursos, foros y chats. Los usuarios, apoyados en todo momento por un tutor, reciben formación en Nuevas Tecnologías y en el uso inteligente de Internet, para aprovechar las ventajas y servicios que ofrece la Sociedad Digital del Conocimiento.

Teleformación

El sistema educativo español ha experimentado durante las últimas décadas numerosas transformaciones en el ámbito institucional, estructural y sobre todo en el tecnológico, que han permitido una renovación educativa fomentando nuevos sistemas educativos.

Gracias a los avances técnicos, la formación a distancia no presencial a través de tecnologías de la información y la comunicación es toda una realidad. Con esta modalidad el seguimiento de la enseñanza se puede realizar, por ejemplo, a través de Internet o videoconferencia desde cualquier lugar, facilitando el acceso a la información de forma rápida y atractiva e introduciendo la interactividad como el principal elemento novedoso. Si a esto añadimos el uso de otras herramientas que nos ayudarán en la formación como el correo electrónico para la consulta y resolución de dudas, presentación de tareas y comunicación con el tutor o formador, los foros o chats donde poner en común dudas o información, pantallas compartidas o pizarras digitales, obtenemos un magnífico sistema de aprendizaje y formación integral.

Las principales ventajas de estos sistemas de formación son:

1. El sistema está **centrado en el usuario** y se adapta a él.
2. Existe una gran **flexibilidad horaria** que permite al usuario adecuar la formación a su tiempo y sus horarios.
3. El **alcance geográfico** es **ilimitado** puesto que Internet pone a disposición de todos los usuarios la vía de comunicación necesaria.

- 4. Ahorro de costes** de desplazamientos, costes de impresión y dietas necesarias en la mayoría de los casos, al tener que desplazarse a recibir la formación.

Normalmente el acceso a los cursos y otros materiales didácticos se realiza introduciendo un usuario y una clave que se nos proporciona al inscribirnos en dichos cursos.

Algunos ejemplos de portales que nos ofrecen teleformación son:

Inici@teOnline de la Junta de Castilla y León

iniciate.es/iniciateonline

Inici@teOnline es la plataforma de teleformación del Programa Inici@te de la Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León, donde cualquier usuario de la Red de Cibercentros de la Comunidad puede aprender cómo Internet y las Nuevas Tecnologías facilitan nuestra vida diaria.

Se pueden encontrar acciones formativas que nos enseñan de forma sencilla y entretenida cómo sacar el máximo partido, de forma inteligente y segura, a un ordenador, a las principales aplicaciones y utilidades informáticas y a todos los servicios ofrecidos a través de Internet.

Las acciones formativas se estructuran en cursos y microcursos, organizándose ambos por categorías. Entre ellas (seguridad y privacidad, nuevas tecnologías,...) existe una relativa a Empresas, que cuenta con cursos y microcursos específicamente dirigidos a trabajadores autónomos y microempresarios.

Se puede participar también en foros, chats, y otras actividades de formación on-line. El alumno está asistido en todo momento por el tutor y por el equipo de seguimiento/dinamización, encargado de suministrar los contenidos que faciliten el acercamiento de las Nuevas Tecnologías a los participantes.

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

www.uned.es

La Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) dispone de un portal educativo propio como punto de encuentro de profesores y usuarios. Dicho portal ofrece, entre otros servicios, tutoría telemática, foros de debate y ciberlibrería. Imparte «on line» los primeros cursos de algunas de sus licenciaturas, como historia, psicología, economía, derecho o turismo.

educaweb.com

www.educaweb.com

Es un portal especializado en recursos de educación, formación y trabajo. Ha desarrollado un buscador con más de 35.000 recursos disponibles. Son básicamente cursos, estudios y centros. Cuenta con un servicio «on line» gratuito de orientación académica y profesional, un boletín semanal dirigido a la comunidad educativa y un servicio permanente de noticias.

Élogos

www.elogos.es

Cuenta con cursos sobre telecomunicaciones, tecnologías de la información y «ebusiness ». En los apartados técnicos hay empresas que suelen ofrecer algunos de sus seminarios y conferencias.

Instituto de Empresa

www.ie.edu

Convoca cada año su Executive MBA que goza de gran prestigio. Ha sido una de las escuelas de negocios de nuestro país pioneras en incorporar sistemas de formación «on line».

IESE

www.iese.edu/es

Otra de las grandes escuelas de negocios existentes en España, combina la formación «on line» y virtual en su Global Executive MBA.

Reclutamiento on line

El proceso de búsqueda y selección de trabajadores también ha cambiado en gran medida con la introducción de las TIC lográndose grandes mejoras en los procesos de selección al automatizar tareas repetitivas. El reclutamiento online es un sistema utilizado por nuestras empresas para la captación y selección de sus trabajadores a través de Internet.

74

Existen grandes portales y agencias de selección de personal que utilizan estas herramientas y que facilitan en gran medida a nuestras empresas estos procesos de selección. Es un método eficaz, rápido y útil.

1. Mayor alcance y precisión en la selección

Al ser un sistema "on line" el alcance de nuestra búsqueda es prácticamente ilimitado. Además, debido a la especialización y flexibilidad de estos tipos de portales, se puede orientar nuestra búsqueda y realizar la selección del perfil deseado con más precisión, ya que podemos realizar segmentaciones y establecer filtros que nos ahorrarán mucho esfuerzo.

Si unimos estas mejoras al hecho de que podemos, si lo deseamos, enlazar nuestro anuncio con la página web de nuestra empresa, conseguimos que los candidatos que se interesen por nuestro anuncio obtengan mucha información sobre la empresa y el puesto a cubrir, lo que aumenta mucho la eficiencia del proceso.

2. Menor coste

El coste para las empresas es muy reducido y para los candidatos prácticamente nulo, permitiendo a cualquier empresa, independientemente de su tamaño, acceder a cualquier trabajador e igualando la capacidad de selección de nuestra empresa con la de otras de mayor tamaño.

Para muchas de nuestras empresas insertar un anuncio en una publicación especializada supone un coste demasiado alto y gracias a estos sistemas podemos acceder a candidatos de gran valía.

3. Mayor rapidez

Internet permite reducir en gran medida el tiempo invertido en los procesos de selección fundamentalmente en las primeras fases del proceso. Supone un ahorro de tiempo, recursos y además mejora las posibilidades de encontrar al candidato buscado.

4. Mejora nuestra imagen de empresa

Estos procesos de selección, además de posibilitarnos conseguir el candidato deseado, indican que nuestra propia empresa está en crecimiento y adaptada a las nuevas tecnologías.

Debido a todas estas ventajas no podemos desaprovechar este tipo de servicios a la hora de realizar una selección de personal.

El proceso que se lleva a cabo para realizar la selección en estos sistemas es el siguiente:

1 Acciones realizadas por las empresas

Las empresas deben darse de alta en el sistema para poder publi-

car ofertas y para ello deberemos cumplimentar un formulario on-line disponible en el propio portal. Además de los datos identificativos de nuestra empresa, deberemos definir qué información queremos que se muestre de forma pública sobre nosotros, qué información queremos que sea confidencial y qué información mostraremos en caso de que un candidato registrado se interese por nuestra oferta.

Al finalizar la empresa el proceso de alta, el sistema le proporciona un usuario y una clave asociada, para que pueda publicar ofertas, modificar sus propios datos, aceptar, revisar y rechazar candidatos de sus procesos de selección, etc. Además puede establecer el modo en que será notificada cuando un candidato se inscriba en una de sus ofertas.

76

Dependiendo del portal elegido nos ofrecerá unas opciones u otras, pero los procesos principales son comunes a todos ellos. Este proceso de darse de alta sólo es necesario realizarlo una vez. A partir de aquí podremos publicar las ofertas que queramos simplemente entrando en la zona para empresas y accediendo a la sección que se denominará publicación / gestión de ofertas. Dentro de esta sección podemos añadir más ofertas, modificar las existentes, dar por finalizado uno de los procesos de selección, etc.

Cada oferta deberá incluir información detallada, cuanto más completa sea la oferta más eficaz será el proceso. Hay que definir lo mejor posible: el puesto que se desea cubrir, sus funciones, las condiciones laborales más importantes, etc.

También tendremos otra sección donde podremos consultar las personas que se han inscrito en nuestras ofertas, filtrar las solicitudes con los criterios que consideremos convenientes, pudiendo preseleccionar a unos candidatos si creemos que pueden cubrir el puesto vacante o rechazarlos si no poseen el perfil buscado.

2 Acciones realizadas por los candidatos

Los candidatos también deberán darse de alta en el sistema rellenando un formulario con todos sus datos personales incluyendo formación recibida, experiencia laboral, capacidades, conocimientos, posible movilidad geográfica, intereses personales y cualquier otro dato que consideren relevante al inscribirse en una oferta de empleo.

Al cumplimentar este formulario el sistema le proporcionará un usuario y una clave para que pueda acceder a sus datos y modificarlos, actualizar sus capacidades o su experiencia laboral, anotar algún cambio en su labor actual como puede ser un ascenso o la finalización de una relación laboral, el cambio de empresa, etc.

Además puede configurar el sistema para que le avise, normalmente por correo electrónico, si se presenta alguna oferta que cumpla los requisitos que él hay marcado. Una vez localizada una oferta que considera interesante y adecuada, puede inscribirse en ella y añadir una carta de presentación concreta para esa oferta en cuestión.

Además de inscribirse en la oferta, el candidato debe especificar qué datos desea mostrar a las empresas que le están considerando en sus procesos de selección y qué datos desea mantener confidenciales en una primera fase de la selección.

Ejemplos de portales de empleo:

Empleocastillayleon.com
www.jcyl.es/empleocastillayleon

El servicio público de empleo de Castilla y León (ECYL) puso en marcha el portal empleocastillayleon.com con los objetivos de promover el empleo, poner en conexión la oferta y la demanda de trabajo, facilitar tanto a los trabajadores demandantes de empleo como a las empresas que lo ofrecen dicho proceso y en general, realizar todas aquellas

actividades orientadas a posibilitar la colocación de las personas que demandan un puesto de trabajo digno, incluyendo la gestión de programas de inserción laboral.

Las secciones más importantes del portal son:

- Búsqueda de empleo
- Gestión de RRHH para Pymes
- Formación ocupacional
- Fomento del empleo

InfoJobs

www.infojobs.net

78

Es el portal de empleo líder en el ámbito nacional, actualmente cifra el número de candidatos registrados en casi cuatro millones. InfoJobs.net fue creada en 1998 y es la web de empleo líder en España. Sirve más de 134.000.000 de páginas vistas al mes según datos de OJD de septiembre de 2006.

Es una de las primeras páginas de empleo y reclutamiento «on line» que se pusieron en marcha en España.

Monster

www.monster.es

Monster España forma parte de Monster, la compañía líder mundial en reclutamiento y búsqueda de empleo en Internet. Monster, fundada en 1994, tiene su sede en USA. Monster tiene 25 sitios web locales en distintos idiomas en 23 países.

Infoempleo

www.infoempleo.com

Este portal de empleo que ofrece además de los apartados habituales de empresa y candidatos, otros con formación, publicaciones, etc. Cifra sus ofertas en torno a 30.000. Pertenece al Grupo Vocento.

Laboris.net

www.laboris.net

Laboris.net nació en 1999 como bolsa de empleo online y además de su labor como portal de empleo editar varias publicaciones especializadas en el mercado de trabajo, de difusión nacional.

Laboris.net es la bolsa de empleo del Grupo Anuntis Segundamano, líder en los segmentos inmobiliario, motor, empleo y clasificados.

Tecnoempleo.com

www.tecnoempleo.com

Portal de empleo que se especializa en empleos relacionados con la informática, telecomunicaciones y tecnologías. Dispone de un apartado con artículos y noticias tecnológicas.

Tea-cegos-selección

www.tea-cegos-seleccion.es

Portal de empleo para directivos, mandos intermedios y técnicos. Dispone además de las secciones habituales, otras con formación y con test de evaluación para los candidatos.

Tea-Cegos, S.A. es una multinacional que se fundó en Madrid en 1952 y que presta sus servicios profesionales en más de doce países.

Oficina Empleo

www.oficinaempleo.com

OficinaEmpleo.com comenzó su funcionamiento en Internet en 1998 de la mano de un grupo de profesionales de las Tecnologías de la Información y de Consultores en Recursos Humanos.

Tu Trabajo

www.tutrabajo.org

Portal de Empleo de la Confederación Vallisoletana de Empresarios, 3er premio en la modalidad de iniciativa, en los Premios Internet 2007 de Castilla y León.

El portal pretende el fomento del empleo entre las empresas y los ciudadanos de Castilla y León, facilitando la búsqueda y selección a través de Internet, de una forma adecuada a las necesidades de empresas y trabajadores.

80

2.6. FACILITAR MIS TRÁMITES CON LA ADMINISTRACIÓN Y OTRAS ENTIDADES

Las TIC nos facilitan mucho las cosas, puesto que mediante el uso de nuevas aplicaciones electrónicas podemos simplificar mucho nuestros procesos con otros organismos y empresas. Ya hemos visto como podemos mejorar las relaciones con nuestros clientes y proveedores, pero además podemos simplificar los procesos en el caso de los trámites con la Administración y con las entidades bancarias.

Trámites con la Administración

En los últimos años hemos asistido a un proceso de modernización de las Administraciones Públicas. Los ciudadanos demandamos una administración ágil, que ofrezca sus servicios en consonancia con los nuevos factores tecnológicos: Internet, telefonía móvil...

Las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones también nos acercan a las Administraciones Públicas y nos facilitan algunos trámites, que de otro modo serían mucho más costosos para nuestra empresa, puesto que nos supondría hacer largas colas en oficinas que a menudo tienen horario de atención al público bastante reducido.

Cada vez son más las Administraciones tanto nacionales, como regionales y locales que ofrecen este servicio y cada vez son más las posibilidades que nos ofrecen, desde el pago de impuestos hasta la realización de consultas de diferente ámbito.

Las ventajas más interesantes que nos ofrecen los servicios telemáticos son:

- **Comodidad:** se puede realizar el trámite sin moverse de casa o de la oficina.
- **Flexibilidad:** se puede realizar el trámite en el momento que más convenga, sin necesidad de ajustarse a un horario.
- **Agilidad:** el servicio es más rápido, sencillo y sin complicaciones.

Algunos ejemplos de los servicios al ciudadano que las distintas Administraciones Públicas están ofreciendo son:

- Presentación de recursos y reclamaciones
- Cumplimentación de los datos del censo de población y viviendas
- Presentación y liquidación de impuestos
- Consulta e inscripción en el padrón municipal
- Consulta de multas de circulación

- Domiciliación bancaria de tributos municipales (IBI, IVTM, IAE...)
- Consulta y trámites para solicitud de subvenciones
- Consulta de asignación de colegios electorales
- Actuaciones comunicadas
- Firma electrónica de documentos oficiales y expedición de copias compulsadas.

Un gran número de Instituciones de todos los ámbitos de la Administración están beneficiándose de las ventajas de la Administración Electrónica y, concretamente, del uso de **la firma electrónica**, tanto en sus gestiones internas como en su relación con los ciudadanos.

82

Para poder realizar trámites con la Administración, es necesario disponer de un Certificado de Usuario, que es un documento digital que contiene nuestros datos identificativos y nos permite identificarnos en Internet e intercambiar información de forma segura.

Este certificado debe estar expedido por alguna de las entidades de certificación admitidas por la Dirección General de Tributos y Política Financiera. A estos efectos se considerarán válidos, entre otros, los certificados de usuario RCM, clase 2 CA en soporte software expedidos por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre - Real Casa de la Moneda.

Más información en www.cert.fnmt.es.

A continuación se detallan las instituciones y organismos más relevantes que permiten realizar trámites on-line.

MINISTERIO	WEB OFICIAL
Ministerio de Administraciones Públicas	www.map.es
Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación	www.mapya.es
Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación	www.mae.es
Ministerio de Cultura	www.mcu.es
Ministerio de Economía y Hacienda	www.mineco.es
Ministerio de Educación y Ciencia	www.mec.es
Ministerio de Fomento	www.mfom.es
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	www.mityc.es
Ministerio de Justicia	www.mjusticia.es
Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino	www.marm.es
Ministerio de Sanidad y Consumo	www.msc.es
Ministerio de Trabajo e Inmigración	www.mtas.es

ORGANISMOS OFICIALES	WEB OFICIAL
Agencia Estatal de la Admón. Tributaria	www.aeat.es
Banco de España	www.bde.es
Boletín Oficial del Estado	www.boe.es
Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones	www.cmt.es
Comisión Nacional de Energía	www.cne.es
Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)	www.cnmv.es
Defensor del Pueblo	www.defensordelpueblo.es
Dirección General de Transportes por Carretera	www.fomento.es
Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas	www.icac.meh.es
Instituto de Crédito Oficial	www.ico.es
Instituto Nacional de Estadística	www.ine.es
Oficina Española de Patentes y Marcas	www.oepm.es
Consejo General del Poder Judicial	www.poderjudicial.es
Entidad Pública Empresarial Red.es	www.red.es
Tesorería General de la Seguridad Social	www.seg-social.es
COMUNIDAD AUTÓNOMA	WEB OFICIAL
Junta de Castilla y León	www.jcyl.es

La Administración Electrónica de la Junta de Castilla y León permite que ciudadanos y empresas puedan realizar a través de Internet consultas y gestiones que anteriormente únicamente podían realizarse de forma presencial. Dentro de la Administración Electrónica encontrará servicios orientados al ciudadano que permiten la consulta de trámites relacionados con esta Administración. Para la utilización de estos servicios es necesario disponer del Certificado de Usuario.

Más información en www.ae.jcyl.es.

Solicitud de las ayudas directas de la Política Agraria Común (PAC)

La Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León anualmente pone en marcha la campaña de solicitud de las ayudas directas de la Política Agraria Común (PAC), a través de lo que se conoce como “Solicitud Única de Ayudas PAC”.

La “Solicitud Única” comprende la solicitud del pago único por explotación

y demás ayudas por superficie (pagos acoplados a los cultivos herbáceos y otros regímenes específicos), de las primas al sector ganadero (pagos acoplados a los productores de vacuno y ovino-caprino y prima por sacrificio de bovinos), de los pagos adicionales derivados de la aplicación del artículo 69 del Reglamento (CE) n.º 1782/2003, del Consejo, al algodón, al tabaco, a la remolacha y a la caña de azúcar, al sector vacuno de carne y al sector vacuno de leche. Finalmente, la “Solicitud Única” incluye también las ayudas financiadas por el Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Regional (FEADER): las ayudas agroambientales, la indemnización compensatoria y las nuevas ayudas a los agricultores que utilicen los servicios de asesoramiento a las explotaciones.

El portal PAC contiene la información general sobre los regímenes de ayudas que comprende la “Solicitud Única”, la normativa relacionada y las instrucciones básicas para su presentación. Asimismo, pone a disposición de los usuarios; “on line”, los datos necesarios para realizar correctamente la declaración de ayudas, así como las herramientas y aplicaciones informáticas para su presentación por vía telemática.

Toda la información relacionada con la solicitud de estas ayudas, puede encontrarse en:

Junta de Castilla y León > Agricultura y Ganadería > Política Agraria Común > Política Agraria Comunitaria (PAC)

Banca online

Banca online o Banca en línea es la banca a la que se puede acceder mediante Internet. Pueden ser entidades con sucursales físicas o que sólo operen por Internet.

Gracias a la banca online todas las empresas, incluidas las pequeñas y medianas, pueden mejorar su eficacia, disminuir sus costes y aumentar su rentabilidad. Los servicios que nos ofrecen van desde consultas de saldo, gestión de cobros y nóminas, periodificación de pagos o transferencias, gasto de las tarjetas de crédito, operaciones internacionales o gestión de excedentes de tesorería, operaciones financieras, etc.

86

El sistema para acceder a la banca on-line es muy sencillo, basta con solicitar en la sucursal de la que somos clientes el acceso a este servicio. Nos asignarán un usuario y una contraseña para acceder al portal del banco de forma segura y con garantía de privacidad. Una vez allí tan solo tendremos que identificarnos con nuestro usuario y clave y ya tendremos acceso a nuestras cuentas o cualquier otro producto relacionado como por ejemplo las líneas de tarjetas de débito o de crédito, los depósitos, etc.

Las claves serán requeridas siempre que se desee entrar en las cuentas, y una vez dentro se puede operar con la misma confianza que si se encontrara en la ventanilla de la sucursal o en el cajero automático.

Las principales ventajas de este tipo de servicios son:

- La **comodidad** de operar desde nuestras instalaciones o desde cualquier otro punto donde nos encontremos, sin tener que desplazarnos físicamente a la sucursal bancaria. Incluso podemos utilizar agendas electrónicas o telefonía móvil para operar con nuestro banco.

- Para nosotros supone una **disminución** en nuestros **costes** y un **aumento de productividad**.
- Para **el banco también supone una disminución de costes** que pueden o deben repercutir en el cliente en forma de disminución de comisiones, ofertas especiales para clientes online, etc.
- Disponemos de un **servicio personalizado** en todo momento, **disponible 24 horas al día y 365 días al año**. Además son sistemas fáciles de utilizar porque están diseñados teniendo en cuenta que el usuario final no tiene por qué tener conocimientos de informática más allá de los básicos.

Dentro del escenario actual las TIC son una oportunidad que no debemos desaprovechar y que nos ayudarán a mejorar nuestros produc-

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES PARA LA IMPLANTACIÓN DE LAS TIC

tos, nuestra competitividad, nuestra imagen, a lograr nuevos clientes y a ampliar nuestro ámbito de actuación.

Las TIC son un mercado maduro y a la vez en constante evolución y nos ofrecen un conjunto de herramientas que han demostrado ser válidas y muy útiles para nuestro sector.

Las TIC se pueden aplicar a cualquiera de nuestros procesos, desde los más comunes en cualquier actividad económica como contabilidad, ventas, tesorería, hasta los más concretos de nuestro sector como la trazabilidad de nuestros productos, los tratamientos realizados, el seguimiento de nuestras ganaderías y nuestras necesidades particulares de presentación de determinada documentación ante distintos organismos y administraciones.

90

Para gestionar la **trazabilidad de nuestros productos** y cumplir con la legislación vigente hay desarrolladas múltiples soluciones orientadas hacia la pequeña y mediana industria para el control y gestión de la trazabilidad de un producto y de los puntos críticos. La tecnología existente nos permite rastrear con precisión el camino que recorre un producto en la cadena productiva y de comercialización. La integración de Internet, redes de comunicación, acceso inalámbrico, software especializado, dispositivos móviles, GPS, entre otros, hacen realidad la idea de poder detectar el punto exacto y el momento donde se produjo un evento.

Internet esta sirviendo de medio para desplegar un conjunto de nuevas herramientas que permiten realizar un seguimiento y una gestión de la trazabilidad. Estas nuevas aplicaciones permiten realizar el seguimiento de la trazabilidad de los productos desde cualquier ubicación, sin necesidad de disponer de un software instalado, simplemente con el uso del navegador.

Las TIC nos ofrecen una gran oportunidad de mejorar la gestión interna de nuestra empresa, existen un gran número de aplicaciones de gestión dirigidas específicamente a explotaciones agrícolas y ganaderas, además esta industria está muy segmentada por lo que existe

una amplia oferta de aplicaciones especializadas en pymes de nuestro subsector productivo concreto.

Existen aplicaciones específicas que utilizan las TIC para ayudarnos en la gestión de nuestro negocio, son los **ERPs** o Enterprise Resource Planning. Dichos sistemas están diseñados para optimizar nuestra gestión e integran todo lo necesario para el funcionamiento de los procesos de negocio de nuestra empresa.

Como hemos visto, las nuevas tecnologías y la sociedad digital forman parte de nuestra vida cotidiana, por lo que disponer de buenas posibilidades de **formación e información** en estas nuevas tecnologías también es fundamental. El Observatorio de la Sociedad de la Información en Castilla y León tiene como misión identificar y generar conocimiento sobre el estado de la sociedad de la información en Castilla y León. Además, en Castilla y León contamos con el Programa Iníci@te que ofrece a todos los ciudadanos, a través de la Red de Cibercentros de Castilla y León, formación presencial y formación on-line en Nuevas Tecnologías y que cuenta con la herramienta de teleformación Iníci@te On-line

Las TIC nos ayudan en todos los procesos de nuestro negocio, en el día a día facilitando nuestras tareas y en la toma de decisiones proporcionándonos información actualizada en tiempo real.

El coste de implantar este tipo de tecnologías es amortizado con creces gracias a la disminución de costes que conllevan, al tiempo que nos ahorran y al aumento de productividad que logran.

4. ÍNDICE REFERENCIAL

- Aplicaciones de gestión: CRM Apartado 2.2
- Aplicaciones de gestión: ERP Apartado 2.1
- Banca online Apartado 2.5
- Búsqueda de información en la red Apartado 2.4
- Comercio electrónico Apartado 2.3
- Correo electrónico Apartado 2.2
- Hardware: equipos y periféricos Apartado 1.3
- Internet Apartado 2.2
- Intranet Apartado 2.1
- Mercados virtuales Apartado 2.4
- Páginas web Apartado 2.2
- Reclutamiento on line Apartado 2.4
- Redes informáticas Apartado 2.1
- Servidores Seguros Apartado 2.3
- Software: sistemas operativos y programas Apartado 1.3
- Teleformación Apartado 2.5
- Terminal Punto de Venta, TPV Apartado 2.1
- Trámites con la Administración Apartado 2.5
- Trazabilidad Apartado 2.1

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

AECE Asociación Española para el Comercio Electrónico.

Banca Electrónica Servicios financieros a través de Internet. Si bien con anterioridad a la generalización de Internet se desarrollaron aplicaciones de banca electrónica, en la actualidad la mayoría de las grandes entidades financieras utiliza el World Wide Web como plataforma para ofrecer sus servicios a sus clientes.

Buscador Website que realiza búsquedas en Internet de información relacionada con un determinado tema o palabras clave, para posteriormente devolver al usuario los resultados obtenidos en términos de enlaces a páginas Web.

Chat Aplicación que permite la comunicación en tiempo real mediante texto de múltiples interlocutores simultáneos.

ERP Enterprise Resource Planning (Planificación de Recursos Empresariales). Sistema integrado de software de gestión empresarial, compuesto por un conjunto de módulos funcionales (logística, finanzas, recursos humanos, etc.) susceptibles de ser adaptados a las necesidades de cada cliente.

GPRS GPRS (General Packet Radio Service) es una tecnología digital de telefonía móvil.

GSM Global System for Mobile communications (Sistema Global para las Comunicaciones Móviles) es un estándar mundial para teléfonos móviles digitales.

Internet	Es el sistema global de redes de ordenadores, basado en los protocolos TCP/IP, y en el que participan organismos públicos, empresas, universidades e incluso particulares desde sus hogares.
Intranet	Conjunto de ordenadores y equipos conectados en red y en un ámbito privado, utilizando los protocolos TCP/IP para su gestión. Su finalidad es compartir recursos e información.
Marketplace	Término que hace referencia a un mercado virtual.
On-line	Anglicismo que hace referencia a aquellos procesos que son efectuados a través de una conexión electrónica y en tiempo real.
Portal	Website con una gran cantidad de contenidos y enlaces que pretende constituirse como la referencia y vía de acceso a Internet para un gran grupo de usuarios.
Red Privada Virtual	Red de comunicaciones perteneciente a una organización que utiliza enlaces sobre redes públicas para transmitir de forma económica y segura los datos entre sus distintas delegaciones.
RFID	La tecnología RFID (Radio Frequency Identification o Identificación por Radiofrecuencia) permite la lectura / escritura de datos a distancia usando la transmisión por radiofrecuencia.
Website	Conjunto de páginas Web que constituyen un bloque de información relacionada. Así, se habla de Website corporativo para hacer referencia a las múltiples páginas Web de una organización.



Teléfono **Cursos Emprendedores 902 42 52 00**
info@programaemprendedores.es
www.programaemprendedores.es