



Sector Construcción

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

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





**SECTOR CONSTRUCCIÓN. RECOMENDACIONES
PARA LA IMPLANTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

1ª Edición: octubre 2008

Copyright: © 2008, Junta de Castilla y León.

Depósito Legal:

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

Derechos de explotación: Fundetec (www.fundetec.es).

Financiación: Ministerio de Industria y Comercio. Plan AVANZA (www.planavanza.es).

Elaboración y propiedad intelectual: Fundación CTIC (www.fundacionctic.org).

El contenido de esta publicación está protegido por la legislación española sobre los derechos de propiedad intelectual e industrial, ostentando FUNDETEC los derechos de explotación. Estos derechos de explotación permiten la libre distribución de los productos en el ámbito geográfico de España siempre que su utilización no se realice con fines comerciales y respetando en todo caso los derechos de autor. En particular, el derecho de explotación permite la libre distribución de estos contenidos en el ámbito del Proyecto "Asesores TIC" de FUNDETEC para la realización de actividades formativas o de difusión y sensibilización en el ámbito de la Sociedad de la Información siempre que no se realice con fines comerciales.

NOTA: En la presente publicación se ha utilizado expresamente un lenguaje no sexista con el triple objetivo de evitar la discriminación de las mujeres a través del lenguaje, de visibilizar y fomentar su presencia en el ámbito de las TIC y de familiarizar a las lectoras y a los lectores con un lenguaje incluyente. Todo ello contribuye a la promoción.



ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	11
	1.1. CONSIDERACIONES PREVIAS	12
	1.2. ¿QUÉ SON "LAS TIC"?	12
	1.3. LAS TIC EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN, VISTAS A TRAVÉS DE UN CASO PRÁCTICO	13
2	IMPLANTANDO LOS TIC PASO A PASO	17
	2.1. AGILIZAR Y MEJORAR LA GESTIÓN DEL NEGOCIO GRACIAS AL USO DE LAS TIC	18
	2.2. NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR CON MIS CLIENTES Y PROVEEDORES	24
	2.3. BANCA ELECTRÓNICA, SIEMPRE DISPONIBLE	30
	2.4. INFORMACIÓN Y TRÁMITES GRACIAS A LA E-ADMINISTRACIÓN	31
	2.5. TELEFORMACIÓN, ¿UNA SOLUCIÓN PARA MIS NECESIDADES?	39
	2.6. ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET A MI NEGOCIO?	43
	2.7. ¿QUÉ HACER PARA PROTEGER MIS "ACTIVOS"?	53
3	PROGRAMA DE EMPRENDEDORES	59
4	SEIS "CLAVES" PARA RECORDAR	63

1. INTRODUCCIÓN

1.1. CONSIDERACIONES PREVIAS

A lo largo de esta guía se expone una serie de recomendaciones que pueden ser de gran utilidad para el sector de la construcción en general. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la aplicación de las mismas y su idoneidad dependerán de cada tipo de empresa y de su pertenencia al subsector promotor, constructor o a la industria auxiliar. Las recomendaciones de implantación de las TIC en este sector económico vienen acompañadas de ejemplos prácticos relacionados con estas actividades.

Las conclusiones que se exponen en este documento son fruto de una labor de búsqueda, análisis y evaluación de la información obtenida a través de diversas fuentes. Atendiendo a la información obtenida a través de los distintos medios, se han elaborado una serie de recomendaciones de carácter práctico, todas ellas enfocadas a potenciar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación entre los negocios que integran el sector de la construcción de Castilla y León.

12

1.2. ¿QUÉ SON “LAS TIC”?

TIC es el acrónimo de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Las TIC son un conjunto de tecnologías que permiten la producción, almacenamiento, tratamiento y comunicación de la información.

Aunque este término pueda parecer muy novedoso, algunas de estas tecnologías llevan con nosotros muchos años. Otras, aunque han irrumpido en nuestras vidas hace relativamente poco tiempo ya las vemos como algo cotidiano de lo que cada vez es más difícil prescindir. El teléfono móvil o Internet son ya realidades tan extendidas que resulta sorprendente comprobar el poco tiempo que hace que se implantaron. Lo mismo irá ocurriendo muy probablemente con tecnologías que están empezando a instalarse o a desarrollarse y que en poco tiempo veremos como imprescindibles, como por ejemplo los teléfonos con conexión a Internet.

Las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente Internet, permiten a las pequeñas empresas salir de un entorno relativamente reducido y ser accesibles en otros mercados para cualquier consumidor interesado. Es decir, rompen las “barreras geográficas” y permiten ampliar el mercado potencial.

Ventajas de incorporar las TIC a nuestro negocio

1. Gestión cómoda y rápida.
2. Ahorro en tiempo y costes.
3. Información siempre disponible.
4. Mejora de la comunicación con clientes y proveedores.
5. Mejora de la competitividad de la empresa.

13

1.3. LAS TIC EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN, VISTAS A TRAVÉS DE UN CASO PRÁCTICO

Emilio siempre ha querido embarcarse en la aventura de la creación de una empresa propia. Su familia tiene una larga tradición en la gestión de empresas constructoras y Emilio ha realizado prácticas durante sus estudios universitarios en diferentes departamentos como contabilidad, relación con proveedores y control de calidad. Cree que ha llegado el momento de empezar a preparar la creación de su negocio, que también se dedicará a la actividad del sector de la construcción.

El proyecto de Emilio es crear una empresa de servicios globales que se ocupe de varias fases del proceso de construcción: proyecto arquitectónico de la obra, consultoría de servicios inmobiliarios, gestión en la compra y venta de terrenos, relación con las autoridades municipales,

contratación de constructoras para la ejecución de la obra, control y supervisión de la misma y comercialización de los espacios edificados.

La experiencia de Emilio en la empresa familiar, su titulación universitaria y su convencimiento de la necesidad de incorporar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) a las actividades de la empresa, son las bazas con las que este joven emprendedor quiere jugar para preparar su estrategia empresarial. Sabe que complementar las actividades tradicionales de la empresa de construcción con la incorporación de las TIC puede reportar importantes ventajas en cuanto a competitividad.

Lo primero que se plantea es la posibilidad de crear una página web corporativa para ofrecer información de la empresa, objetivos, servicios y un catálogo virtual donde aparezcan los proyectos que están realizando el equipo de arquitectos y las promociones que ya están en venta, con representaciones en tres dimensiones del interior y exterior de las edificaciones.

Al crear la página web, Emilio contrata también varias cuentas de correo electrónico: una para cada departamento y otras para cada una de las personas que trabajan en sus oficinas. Emilio quiere facilitar la comunicación interna y externa de la empresa, además de poder controlar los posibles gastos telefónicos. En esta empresa de servicios globales es fundamental que los distintos departamentos estén coordinados entre sí, para que se puedan subsanar posibles errores a tiempo y cumplir con los compromisos con el cliente. Éste, por su parte, encontrará en el e-mail una vía de contacto con la empresa promotora complementaria al teléfono y a las visitas personales.

La incorporación de Internet a las actividades de la promotora puede tener aplicaciones ventajosas y Emilio conoce algunos ejemplos: gracias a una conexión inalámbrica los arquitectos de la empresa pueden mandar informes en tiempo real desde su ordenador portátil a la ofi-

cina central en sus continuas visitas a las obras; los gerentes de la promotora pueden mantener reuniones virtuales con los delegados comerciales a través del servicio de mensajería instantánea; y se pueden realizar procesos de selección de nuevo personal directamente desde Internet.

Por otra parte, la atención al cliente es fundamental para competir en un escenario de negocios inmobiliarios cada vez más saturado y en este sentido la red puede aportar servicios de gran valor añadido como seguir la evolución de una obra a través de una cámara web que transmite imágenes en tiempo real desde la zona de obras o participar en portales de construcción donde intercambiar información sectorial y poder consultar legislación sobre urbanismo.

Todos estos aspectos son parte del plan de empresa que está diseñando Emilio. Sin embargo, una de las cuestiones que debe preparar con más detalle en este momento son los trámites de licencias municipales, apertura de negocio, creación de sociedad y otros temas jurídicos y fiscales. En estas tareas, también Internet va a jugar a su favor ya que podrá empezar sus gestiones a través de las páginas de los ayuntamientos, de la ventanilla única empresarial, del Gobierno autonómico o de las asociaciones empresariales correspondientes.

Emilio no quiere perder el tren de la modernidad y de la innovación empresarial, sobre todo porque es consciente de que cada día surgen nuevas posibilidades de aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación.

2. IMPLANTACIÓN DE LAS TIC PASO A PASO

2.1. AGILIZAR Y MEJORAR LA GESTIÓN DEL NEGOCIO GRACIAS AL USO DE LAS TIC

Actualmente, la tecnología está aportando interesantes instrumentos para la mejora de los procesos de gestión empresarial que deben ser aprovechados. Con un simple ordenador en nuestro establecimiento ya podemos instalar una pequeña aplicación informática que nos ayude a gestionar la actividad económica del negocio. Si además contamos con una conexión a Internet, las posibilidades aumentan. En cuanto al sector de la construcción, existen herramientas informáticas y de comunicaciones que es necesario conocer.

Equipamiento específico: Terminales Punto de Venta (TPV)

Con un terminal punto de venta adecuadamente equipado podemos gestionar todo el material que tenemos en nuestro negocio, tanto en el local de atención al público como en el almacén. De este modo, si un producto está agotado en la tienda, podemos ver desde allí mismo si lo tenemos en el almacén, ahorrando nuestro tiempo y el del cliente.

En nuestro sector, esta utilidad está especialmente dirigida a la industria auxiliar y a aquellas pymes que cuenten con una tienda donde atender directamente al público, que ve muchas ventajas en comprar directamente al fabricante sin intermediarios en la operación. Asimismo esta opción es especialmente práctica para aquellas empresas de comercialización de materiales de construcción.

Rubén trabaja en un almacén de azulejos. Venden principalmente a constructores, aunque también tienen un servicio de venta directa a clientes particulares. En el mismo almacén han instalado una terminal de punto de venta que les permite, entre otras cosas, comprobar en unos segundos si disponen de la cantidad que necesitaría el cliente del modelo que ha elegido. El uso de esta herramienta revierte en ahorro de tiempo y en una mejor atención al cliente.

Aplicaciones de gestión

Actualmente existen numerosos sistemas informáticos orientados a la gestión de la empresa que facilitan y mejoran nuestro trabajo diario. La elección de un sistema de este tipo es una importante decisión. En primer lugar, hay que tener claro qué es lo que queremos conseguir y, en función de ello, elegir el sistema que necesitemos.

La función principal que debe cumplir un sistema de gestión para nuestro negocio es la de ofrecernos información en tiempo real del estado de cada parte del negocio que nos permita tomar decisiones rápidamente.

Atendiendo al tipo de negocio, existen diversas soluciones informáticas orientadas a cada uno de ellos. Los distintos sistemas constan de programas que disponen de varios módulos, que podemos ir incorporando según nuestras necesidades.

Pilar lleva un año desempeñando funciones comerciales en una promotora y actualmente está con un proyecto de venta de una urbanización de adosados. Pilar sabe que los clientes son cada vez más exigentes y por eso ha propuesto a los directores de la promotora instalar una aplicación informática para que los comerciales puedan descargarse en el ordenador información sobre los planos, permisos de obras, contratos o memorias de calidades y mostrárselas al cliente si es necesario. Los efectos en la acción comercial pueden ser muy positivos.

Las aplicaciones informáticas diseñadas para su utilización en el sector de la construcción son numerosas, por lo que dependiendo del tipo de empresa se utilizarán unas u otras. Lo habitual es ir incorporando progresivamente módulos para mejorar las posibilidades de comunicación de nuestro sistema informático.

Algunos de estos módulos son:

- Gestión de clientes

Una buena gestión de nuestros clientes puede aportarnos indudables beneficios. En la actualidad existen herramientas que nos van a facilitar esta tarea.

Lo más importante es que el sistema que elijamos lleve a cabo una gestión integrada, es decir, que sólo exista una base de datos y que todos los procesos estén soportados en ella.

María es socia de una promotora que ha proyectado la construcción de un edificio para oficinas en un parque empresarial. La misma promotora se encarga de comercializar estos espacios para oficinas, por lo que recurre a la opción de enviar un correo electrónico a empresas con las que han trabajado con anterioridad para informarles de la promoción.

20

Conocer a nuestros clientes es fundamental. Se puede empezar por distinguir entre clientes activos, inactivos, potenciales y el resto de personas, y una vez hecha esta clasificación, dentro de los activos, cabe subdividirlos en grandes, medianos y pequeños clientes atendiendo, por ejemplo, a la facturación.

El sistema que implantemos debe también ayudarnos a mejorar nuestra comunicación con el cliente. A través del correo electrónico o de los mensajes cortos al teléfono móvil, por ejemplo, podemos enviar información sobre productos y ofertas.

Nuestro sistema debería poder procesar toda esta información para que estos procesos se realicen de forma automática y es importante que el sistema no tenga limitación en cuanto al número de clientes que pueda soportar.

- Facturación

Consiste en la gestión de cobros y pagos a clientes y proveedores. Este módulo puede ser integrado con la gestión bancaria través de la banca on line, lo que puede agilizar los trámites. Algunos sistemas permiten llevar a cabo transferencias bancarias en fechas previamente especificadas, pagos automatizados de recibos o presentación telemática de impuestos. Los pagos electrónicos permiten el cobro a clientes a través de Internet mediante el envío de los datos personales del cliente y el importe al banco desde nuestro sistema.

- Contabilidad

En las empresas promotoras de la construcción una buena gestión de la contabilidad en todo proyecto constructor es el primer paso para garantizar la calidad del producto final. En este apartado es necesario contar con una aplicación informática que nos permita almacenar todo tipo de información sobre inversiones, gastos e ingresos y recuperar rápidamente sólo aquello que necesitemos en cada momento. Tan importante es poder guardar datos como saber recuperarlos con rapidez.

Ana y Javier son los responsables del departamento de contabilidad de una promotora que está a punto de iniciar la fase de ejecución de una obra para construir un centro comercial en unos terrenos cerca de una autovía. Los dos contables tienen en sus ordenadores, conectados a través de una sencilla red interna, toda la información generada hasta ese momento: concesión de la licencia de obras, escritura de la compraventa del terreno, presupuestos aprobados para el proyecto y posterior ejecución del mismo, contrato con la empresa constructora, etc. Ante la posible aparición de dudas o problemas en la ejecución de la obra, el departamento de contabilidad encontrará rápidamente la información necesaria para reaccionar y tomar decisiones adecuadas.

• Planificación y diseño

Las obras de construcción tienen una importante labor previa de diseño, delineación y cálculo de estructuras para realizar el proyecto sobre el que ejecutar la obra final. Ésta es la fase de trabajo en la que antes se han ido implantando las tecnologías de la información y la comunicación, gracias a aplicaciones de diseño asistido por ordenador y otras aplicaciones dirigidas principalmente al área de arquitectura y proyectos.

Por otra parte, la comunicación entre el departamento financiero y el de proyectos es fundamental a la hora de diseñar un nuevo edificio de oficinas, comercial o viviendas. El ajuste entre las calidades en los materiales que pide el promotor, el diseño que idea el arquitecto y el presupuesto que maneja el departamento de finanzas es imprescindible.

22

Una de las aplicaciones más útiles en el campo del diseño son programas que permiten visualizar los proyectos en tres dimensiones, y que son utilizados por los estudios de arquitectura ya que, además, almacenan la información necesaria para ajustar los presupuestos como son la cantidad de material de construcción indispensable para su construcción, cálculo de estructuras, superficie total construida, superficie destinada a zonas verdes y de recreo, distancia hasta la carretera y posibles accesos. Una comunicación vía Internet entre el estudio de arquitectura y las oficinas de promoción resulta muy práctica para llevar un ritmo de trabajo acompasado y cumplir con los plazos previstos

Redes de comunicación

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. Una red es el conjunto de dispositivos

interconectados entre sí, como pueden ser ordenadores, impresoras, faxes, módems, etc.

Para saber si una red de este tipo sería útil para la empresa debemos analizar en primer lugar las características de nuestro negocio, ya que la utilidad de esta opción está relacionada lógicamente con aspectos como el número de puntos de venta o la cantidad de empleados.

Debemos saber que en las redes que conectan los distintos dispositivos mediante cables son las más extendidas en la actualidad, aunque poco a poco están dando paso a otras soluciones denominadas inalámbricas. Las redes inalámbricas o "Wi-Fi" (Wireless Fidelity) facilitan la conexión de distintos equipos mediante antenas de radio y permiten mayor movilidad a los usuarios.

La tecnología Bluetooth es otra solución inalámbrica que se utiliza para interconectar dispositivos a través de ondas de radio. Permite la conexión de distintos tipos de dispositivos como ordenadores portátiles, teléfonos móviles y agendas digitales. Podemos, por ejemplo, recibir un aviso en el ordenador de que recibimos un mensaje en el móvil, e incluso contestar con un SMS escrito con el teclado del ordenador. Además, permite conectar sin cables, distintos dispositivos como teclado, ratón, impresora, etc.

Otra solución más avanzada son las redes privadas virtuales o "Virtual Private Network" (VPN) que aprovechan 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. Son muy útiles para los negocios que tienen varios puntos de venta ubicados en distintos lugares.

En la promotora donde trabaja Alejandro como arquitecto técnico insisten en la necesidad de coordinar su trabajo de planificación de los proyectos con el de la constructora, es decir, la ejecución de la obra. Alejandro, como responsable del diseño de una nueva

urbanización cerca de la costa, hace visitas periódicas a la obra para supervisar algunos de los trabajos. Allí acude con su ordenador portátil para grabar datos, guardar imágenes que toma con su cámara digital y descarga a continuación en el ordenador, y que gracias a la tecnología inalámbrica es capaz de remitir toda esa información en cuestión de segundos a las oficinas centrales.

Jesús es el dueño de una tienda de accesorios de baño. Desde hace meses su hijo y su mujer insisten en que se compre un teléfono móvil, pero él piensa que no lo necesita. Se pasa todo el día en casa o en la tienda y en los dos sitios tiene teléfono. ¿Para qué otro gasto más? Hoy acaba de llegar a casa y se acuerda de que debió haber llamado a un proveedor. Sabe qué es lo que tenía que pedir y podría haber hecho la llamada desde casa, pero no tiene el número de teléfono, así que tendrá que esperar a mañana para hacer el pedido. “Seguro que no va a llegar para el jueves como le prometí a ese cliente”. Su hijo le recuerda que si tuviera un teléfono móvil podría llevar todos los teléfonos de los proveedores consigo.

24

2.2. NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR CON MIS CLIENTES Y PROVEEDORES

Los empleados y gerentes de las empresas de construcción saben de sobra la cantidad de tiempo que deben dedicar a resolver trámites con los bancos, cajas de ahorros, proveedores o administraciones públicas. La implementación de las tecnologías de la información y comunicación permite ahorrar parte de ese tiempo y agilizar estas gestiones.

Mejorar la comunicación

Constantemente se están incorporando nuevas aplicaciones o instrumentos que mejoran las comunicaciones empresariales, por ejemplo, en cuanto a la telefonía móvil de última generación o los servicios avanzados relacionados con Internet.

El teléfono móvil no sólo es útil por la posibilidad de localizar y estar localizable, sino que incluye numerosas prestaciones que se van incorporando cada día. La agenda que lleva incorporada cualquier teléfono móvil nos permite tener siempre a mano los números que necesitamos, pero es que además los nuevos modelos permiten trasladar esa información y cualquier otra del teléfono móvil al ordenador y viceversa. Otro servicio del teléfono móvil que puede aportar beneficios a nuestro negocio es la posibilidad de enviar mensajes cortos en forma avisos o mensajes personalizados para nuestros clientes.

El otro gran medio que está revolucionado las comunicaciones es, por supuesto, Internet. Además de las enormes ventajas que ofrece en cuanto a búsqueda de información, Internet es también un potente canal a través del cual surgen nuevas herramientas como el correo electrónico, la mensajería instantánea, la cámara web o la videoconferencia.

La llegada de las tecnologías de la información y la comunicación a la empresa de fabricación y venta de azulejos de Isidro ha permitido que, entre otras ventajas, se reduzca de manera sensible la factura de teléfono. Isidro cuenta con cinco agentes comerciales que se desplazan por toda la península mostrando su catálogo de azulejos y alicatados para cocina y baño, que se fabrican en la central de León. Cada semana Isidro mantiene reuniones virtuales con su equipo comercial, comunicándose a través del sistema de mensajería instantánea en Internet. Dos días antes de la reunión les envía un correo electrónico con el orden del día y en la reunión, los agentes, responden a todas las preguntas del gestor de la empresa.

Las últimas versiones de mensajería instantánea incluyen la posibilidad de tener comunicaciones de voz a través de Internet, al tiempo que se puede trabajar en común un documento concreto sobre el que esté hablando. En nuestro negocio puede ser útil, principalmente, porque puede ayudarnos a reducir los gastos telefónicos.

La posibilidad de incluir un accesorio más, la cámara web aumenta nuestras opciones de comunicación. Poder ver la cara de nuestros interlocutores facilita la comunicación gestual y mejora la calidad de nuestras conversaciones. Además, la cámara web tiene otras utilidades, como la de hacer un seguimiento de una obra en concreto.

La constructora donde trabaja María Jesús ha colocado seis cámaras web en distintos ángulos de la obra de edificación de un parque empresarial que en el futuro estará destinado a la creación de sedes principales de empresas tecnológicas. Desde las oficinas de la constructora pueden consultar a diario el estado de las obras gracias a las imágenes registradas por el equipo de cámaras.

Captación y fidelización de clientes

26

Las tecnologías de la información y la comunicación abren nuevas posibilidades en todos los aspectos de la relación con los clientes: facilitan la gestión desde el primer contacto y permiten mantener una relación continuada.

La mejora evidente de las comunicaciones ha provocado que no sólo tengamos que competir con los negocios vecinos sino, también con otros que están a muchos kilómetros. Las distancias se reducen, no sólo porque es mucho más sencillo ir de un sitio a otro, sino porque Internet ha hecho que podamos comprar casi cualquier producto sin movernos de nuestra casa y a una empresa de cualquier parte del mundo.

Sin embargo, no debemos ver esta nueva situación como una amenaza, sino como un nuevo canal de expansión. Internet puede ser una potente herramienta de promoción. Es un medio en el que, con una inversión reducida, podemos darnos a conocer a muchos clientes potenciales, ya sea a través de nuestra propia web o insertando publicidad en otras páginas.

Esta estrategia de marketing on line puede ser, en determinadas circunstancias, más rentable que otros tipos de publicidad. A la hora de diseñar una campaña por Internet debemos tener en cuenta nuestro ámbito de actuación y las actividades cercanas en cuyas páginas sería interesante insertar los anuncios. Si nuestro negocio dispone de página web propia las posibilidades se pueden multiplicar, pero de esto hablaremos más adelante. También hay que tener en cuenta las posibilidades del correo electrónico, no sólo para captar clientes sino también para conseguir que éstos sean habituales. Podemos enviar información personalizada a cada cliente, informarle de ofertas que pueden ser de su interés.

Con los programas informáticos de gestión de clientes disponibles en la actualidad, podemos conocerlos mucho mejor, saber qué esperan de nuestro negocio y cuáles son sus reclamaciones o sugerencias. Debemos crear algún sistema de encuesta sencilla que nos permita mantenernos en contacto con ellos e incentivar sus respuestas, si es necesario, mediante sorteos entre los participantes. Los datos que obtengamos de los clientes serán una buena referencia para adecuar nuestra oferta a la demanda real.

27

En el sector de la construcción la fidelización de clientes quizás sea un proceso más complicado que en otras actividades económicas, pero no imposible. Si nuestro negocio dispone de página web propia las posibilidades se multiplican. Podemos poner a disposición del usuario muchísima más información de la que podemos incluir en un anuncio tradicional. Podemos incluir galerías de fotografías, infografías en tres dimensiones, planos, cartografía del terreno, etc. Toda esta información es útil para preparar nuevas promociones. En este sector no se trata tanto de captar clientes recurrentes ya que la naturaleza de los productos inmobiliarios no permite realizar compras sucesivas, pero sí se puede lograr que un tipo de cliente se interese por nuestros servicios.

Las Administraciones Públicas convocan concursos públicos para la proyección y ejecución de obras públicas como nuevas sedes

para oficinas municipales, un centro de congresos, construcción de un paseo marítimo o una nueva estación de autobuses, por poner algunos ejemplos. La constructora de Javier ha sido la adjudicataria de la reforma de la estación de autobuses de la ciudad y, en un esfuerzo por transmitir una imagen de transparencia empresarial y cumplimiento de los plazos acordados en el

plan de construcción, la dirección de la empresa coloca varias cámaras web para que los ciudadanos puedan consultar desde sus ordenadores el estado y evolución de estas obras. Solo tienen que entrar en la página web del Ayuntamiento o de la constructora, y en ambas encontrarán una función para ver las imágenes registradas por esas cámaras.

Mercados virtuales, una nueva forma de comprar

28

La mejora de la relación con los proveedores es una de las claves para aumentar la competitividad de nuestro negocio. Los constructores ponen cada día mayor énfasis en la gestión de sus compras debido a que ésta repercute directamente en el resultado de su negocio. La reducción de los gastos de compras permite bajar los precios sin reducir el margen de beneficio o incluso aumentándolo. Además también repercute en la calidad del producto y del servicio prestado, en lo que se refiere, por ejemplo, al cumplimiento de los plazos de entrega.

La incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación y sobre todo de Internet supone una importante oportunidad para mejorar en este ámbito de la gestión empresarial.

Los mercados virtuales son sitios que funcionan como punto de encuentro entre proveedores y empresas compradoras. Ofrecen distintos servicios como compra-venta de productos y servicios, vías de comunicación e intercambio de información, subastas, ofertas de stocks, contenidos sobre un sector en particular, catálogos organizados de distintos proveedores, etc.

En estos mercados virtuales suele existir una opción para seleccionar el sector concreto y así afinar más nuestra búsqueda. En alguno de ellos se puede hasta incluso obtener comparaciones del precio de los mismos productos en distintas empresas.

Aunque en un primer momento estos mercados estaban orientados principalmente a las grandes empresas, poco a poco existe un mayor número de mercados virtuales orientados a las pymes.

Cristina trabaja como responsable de compras en una constructora. Hace unas semanas concluyó un curso de aplicación de tecnologías de la información y la comunicación a la gestión de la empresa donde descubrió las utilidades de los mercados virtuales. Decidió navegar por la red y registró su empresa en un mercado virtual dedicado al sector de la construcción. Entre sus funciones, a Cristina le pareció especialmente útil la posibilidad de entrar en contacto con proveedores de material y maquinaria para obras que, a pesar de ser de la zona, aún no conocía. Mantener relaciones con varios proveedores le facilitó la obtención de mejores ofertas en la compra de material, a la vez que su aparición como integrante del mercado virtual tuvo como consecuencia una mayor difusión del nombre de la empresa.

29

Estos mercados virtuales ofrecen algunas ventajas:

- La disminución de los precios debido, entre otras cosas, a que hay un número mucho mayor de potenciales proveedores a los que podemos acceder de forma mucho más rápida y sencilla.
- En la disminución de los precios finales del producto influye que la compra puede efectuarse directamente a los fabricantes en aquellos casos en los que el intermediario no suponga ningún valor añadido para la operación.
- Además de los costes, la interactividad con los proveedores permite disminuir esfuerzos en cuanto al intercambio de información y docu-

mentación, gestión de stocks, logística, etc. ¿Cuánto podríamos ahorrar, simplemente en teléfono, si pudiéramos realizar los contactos con los proveedores a través del correo electrónico o de la mensajería instantánea a través de Internet?

- La posibilidad de obtener en tiempo real información sobre el estado de cada uno de nuestros pedidos.

2.3. BANCA ELECTRÓNICA, SIEMPRE DISPONIBLE

La mayoría de las entidades bancarias ofrecen ya a sus clientes la posibilidad de operar a través de Internet. Prácticamente cualquier transacción puede ser realizada desde el ordenador o incluso desde el teléfono móvil.

30

Podemos consultar, entre otros aspectos, la posición global de nuestros productos en el banco, saldos y movimientos de cuentas personales, cartera de valores, transferencias enviadas o extractos de las tarjetas de crédito, incluso algunas entidades ofrecen la posibilidad de exportar los movimientos a programas informáticos de cálculo para facilitar su tratamiento y por tanto la contabilidad de nuestro negocio.

La banca electrónica permite un buen número de servicios adicionales como domiciliar recibos, realizar transferencias, solicitar una tarjeta de crédito o un duplicado o anular una tarjeta por robo o extravío. Estas son las operaciones más frecuentes que ofrecen la mayoría de las entidades, si bien algunas de ellas comienzan a ampliar su catálogo y es interesante estar informado de los nuevos servicios que ofrecen a las empresas. En algunas entidades podemos, por ejemplo, contratar y pagar una póliza de seguros, ingresar cheques y pagarés a través de un lector automático o solicitar el pago de nóminas de manera periódica.

En la empresa de fabricación de aislantes para paredes y suelos

que dirige Eusebio han descubierto recientemente las comodidades de la banca on line, sobre todo en gestiones muy sencillas pero que antes les obligaban a dedicar algo de tiempo de su jornada de trabajo a acercarse a la oficina bancaria y realizar las gestiones en persona. Es el caso del pago de los seguros sociales de los empleados, que han decidido domiciliar para evitar retrasos en el ingreso y las consecuencias que se pueden derivar de esta situación, como los cargos que la Tesorería de la Seguridad Social aplica en estos casos. Eusebio puede consultar a diario los movimientos que han registrado las cuentas de la empresa, y esa información actualizada le permite tomar decisiones.

2.4. INFORMACIÓN Y TRÁMITES GRACIAS A LA E-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...

31

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.

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 Asuntos Exteriores y de Cooperación	www.maec.es
Ministerio de Cultura	www.mcu.es
Ministerio de Economía y Hacienda	www.mineco.es
Ministerio de Educación, Política Social y Deporte	www.mepsyd.es
Ministerio de Ciencia e Innovación	www.micinn.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
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.

Seguridad Social

A través de su página (www.seg-social.es) tenemos la posibilidad de informarnos o resolver cualquier duda sin desplazamientos ni tiempos de espera en sus oficinas o en el centro de atención telefónica. En general, es posible obtener información sobre la documentación necesaria para solicitar el alta o la baja de un trabajador, tipos de contrato, plazos de presentación de documentos, etc. Además podemos acceder en cualquier momento a datos personales tales como el informe de la vida laboral, las bases de cotización o el informe de cuotas ingresadas, incluso existe un programa para el cálculo de la pensión que percibiríamos en caso de jubilación.

Para acceder a toda esta información simplemente tenemos que cubrir un cuestionario con nuestros datos principales (nombre, DNI y número de afiliación) y mediante un certificado digital que obtendremos fácilmente dándonos de alta en el servicio "Red" que aparece en la misma página. Este sistema es un servicio que ofrece la Tesorería General de la Seguridad Social a empresas y profesionales colegiados cuyo objeto es permitir el intercambio de información y documentos entre las distintas entidades a través de Internet. El alta se puede solicitar a través de la web y, cuando ésta haya sido aceptada, nos informarán de ello a través de un correo electrónico.

Los certificados digitales sirven para identificar al usuario y ofrecerle garantías de seguridad ante los distintos organismos. Para la obtención del certificado digital podemos informarnos en la página web de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (www.cert.fnmt.es), organismo emisor de estos certificados. Una vez obtenido, podremos realizar cualquier trámite sabiendo que la información enviada y recibida en estos trámites será totalmente confidencial y nadie más podrá acceder a esos datos. Este mismo certificado nos servirá también para realizar trámites con otras entidades como la Agencia Tributaria.

Algunos de los trámites que podemos solicitar son, por ejemplo, el alta o la baja de un trabajador, el cambio de nuestra base de cotización

como autónomos, el duplicado del documento de afiliación, la tramitación de los partes de alta y baja médica, etc. Siempre que realicemos un trámite recibiremos una respuesta inmediata de la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) que nos confirmará si las operaciones se han realizado correctamente.

La solicitud del cargo de las cuotas de la Seguridad Social (tanto la nuestra de autónomos como la de nuestros empleados) a nuestra cuenta se puede realizar también a través de la red, de manera fácil, rápida y segura. Al recibir nuestra solicitud, la TGSS nos enviará un acuse de recibo técnico para dar nuestra conformidad y posteriormente lo remitirá a la entidad financiera. Ésta nos enviará un justificante de ingreso por domiciliaciones que será el que acredite el pago de las cuotas.

36

Algunos de los trámites que podemos solicitar son, por ejemplo, el alta o la baja de un trabajador, el cambio de nuestra base de cotización como autónomos, el duplicado del documento de afiliación, la tramitación de los partes de alta y baja médica, etc. Siempre que realicemos un trámite recibiremos una respuesta inmediata de la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) que nos confirmará si las operaciones se han realizado correctamente.

La solicitud del cargo de las cuotas de la Seguridad Social (tanto la nuestra de autónomos como la de nuestros empleados) a nuestra cuenta se puede realizar también a través de la red, de manera fácil, rápida y segura. Al recibir nuestra solicitud, la TGSS nos enviará un acuse de recibo técnico para dar nuestra conformidad y posteriormente lo remitirá a la entidad financiera. Ésta nos enviará un justificante de ingreso por domiciliaciones que será el que acredite el pago de las cuotas.

La Seguridad Social ofrece también la posibilidad de impresión de documentos, con la huella que da validez legal ante terceros, tantas veces como deseemos. Adicionalmente, si lo deseamos, recibiremos en nuestro ordenador las últimas modificaciones de normativa que

afecten a nuestro negocio junto a otras informaciones que puedan ser de nuestro interés.

Uno de los servicios informativos que nos ofrece la web de la Seguridad Social es el de comunicarnos la subasta pública de bienes embargados por la Tesorería y que saca a subasta para cobrar la deuda contraída por empresas o particulares. Felipe se encontraba consultando la web cuando leyó que en la localidad donde se encuentran las oficinas de su promotora sale a subasta unos terrenos, propiedad de una empresa deudora de la Seguridad Social. Cree que es una oportunidad muy interesante ya que estos terrenos se encuentran en una zona muy cercana a los barrios de nueva construcción de la ciudad.

Agencia Tributaria

La agencia Tributaria es otra de las entidades que ha evolucionado mucho en los últimos tiempos en lo que se refiere a tramitación on line. Al igual que la página de la Seguridad Social, la página de la Agencia Tributaria (www.aeat.es) ofrece el libre acceso a información interesante para el constructor, relacionada con la normativa sectorial, con los diferentes tipos de impuestos o con los plazos de presentación de documentos y el calendario fiscal.

Simplemente introduciendo nuestro DNI, sin necesidad de certificado digital, podremos realizar operaciones como consultar el estado de las devoluciones de renta, IVA, IVA-exportadores y sociedades, solicitar la certificación de contratistas y subcontratistas o solicitar el envío a domicilio de las etiquetas identificativas.

Por último, la obtención de un certificado de usuario nos permitirá realizar cualquier tipo de trámite con la Agencia tributaria desde nuestra propia casa, oficina o comercio y a cualquier hora del día. Este certificado digital es el mismo que necesitamos para realizar trámites con la Seguridad Social, con lo que sólo tendríamos que solicitarlo una vez para todos los trámites. Algunas de las operaciones susceptibles

de ser realizadas por Internet son las siguientes: presentación de declaraciones, pago de impuestos, pago de deudas notificadas, solicitud de aplazamiento de deudas, impresión de etiquetas, recursos y reclamaciones, comunicación de cambio de domicilio o de variación de datos personales o familiares, obtención de certificaciones tributarias electrónicas, obligaciones tributarias, como obligaciones periódicas de presentación de Autoliquidaciones, notificaciones o constitución y devolución de depósitos para participación en subastas en línea.

Una de las últimas normas que ha instaurado la Agencia Tributaria es la de presentar un certificado oficial cuando una empresa subcontrata a otra para la ejecución de algún trabajo. Aunque en un principio se ideó para solucionar posibles irregularidades en el sector de la construcción la Agencia Tributaria ha decidido hacerla extensible a cualquier sector económico. Una constructora decide subcontratar a una empresa de electricidad para instalar los aparatos de video-portero en todas las viviendas de un bloque recién edificado. La constructora exige que la empresa de electricidad no tenga deudas pendientes con Hacienda, por lo que los gerentes de la empresa de electricidad con la que han contactado decide solicitar a través de la web de la Agencia Tributaria este documento: un certificado de estar al corriente de obligaciones tributarias a efectos de eximir de la responsabilidad a la persona que le contrata o subcontrata.

38

Otros organismos públicos

- Ministerio de Administraciones Públicas (www.map.es) ofrece a través de su página web publicaciones de interés, orientaciones a la hora de contratar la imagen corporativa de nuestra empresa, información acerca de la ventanilla única empresarial, etc.
- Ventanilla Única Empresarial (www.vue.es) recoge información sobre distintos trámites. Uno de los aspectos más destacados de esta página es la simulación de la creación de una nueva empresa.

Podemos introducir los datos que tendría nuestra empresa (actividad, ubicación, forma jurídica, local) y a continuación obtendríamos una relación de los procedimientos que debemos realizar con las distintas Administraciones Públicas, detallando la documentación necesaria, lugar y plazos de presentación, así como la información necesaria para realizar cada trámite.

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (www.mityc.es) ofrece también a través de su página información útil relacionada con nuestro sector, como subvenciones y ayudas o legislación. También incluye un apartado referente a la sociedad de la información donde se explica, por ejemplo, la firma electrónica, indispensable para realizar la mayoría de trámites y garantizar la seguridad de nuestros datos. También ofrece otros enlaces interesantes:
- Dirección General de política de la PYME (www.ipyme.org), que ofrece todo tipo de información a los pequeños y medianos empresarios.
- Portal Circe (www.circe.es) que facilita, entre otros servicios, asesoramiento acerca de financiación de las PYMEs y un simulador empresarial.

2.5. TELEFORMACIÓN, ¿UNA SOLUCIÓN PARA MIS NECESIDADES?

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:

Iníci@teOnline de la Junta de Castilla y León

Iniciate.es/iniciateonline

Iníci@teOnline es la plataforma de teleformación del Programa Iníci@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.

42

2.6. ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET A MI NEGOCIO?

La llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y principalmente Internet ha ayudado a numerosas empresas a revitalizar su negocio. Para incorporarnos a la red solamente necesitamos disponer de un ordenador y seleccionar una de las posibilidades de conexión disponibles que ofertan los proveedores presentes en el mercado, sea a través de conexión telefónica, de cable de fibra óptica o de conexión vía satélite.

¿Qué nos ofrece Internet?

1. Información rápida y actualizada.
2. Acceso a mercados virtuales.
3. Correo electrónico.

4. Gestión de tramites con la Administración.

5. Acceso a la banca electrónica.

6. Acceso a un público ilimitado.

Presencia en la red

Disponer de página web propia puede presentar, además de la obvia labor de marketing, muchas ventajas en lo que se refiere a la mejora de nuestro servicio, ya que nos permite interactuar con clientes y proveedores durante 24 horas al día, los 365 días al año.

Podemos definir la página web como nuestro escaparate en la red a través del que nos pondremos en contacto con un amplio mercado de posibilidades para nuestro negocio. Por ello, es importante, a la hora de plantearnos el diseño de una página, pensar y evaluar qué es lo que queremos transmitir y qué objetivos buscamos.

A través de la red, podemos incorporar aplicaciones que mejoren el servicio a nuestros clientes:

- Catálogo de servicios para que nuestros clientes habituales y potenciales puedan comprobar la disponibilidad de los mismos y sus características.
- Avisos por correo electrónico o mensajes cortos al teléfono móvil relacionados con nuestros servicios.
- Servicio de atención al cliente a través del sistema de correo electrónico para responder de las peticiones o sugerencias de los clientes.
- Una visión detallada del servicio a través de la web podría ser la clave para que se decidan a acercarse a nuestro negocio o no.

- Para fomentar las visitas a nuestra página podríamos ofrecer servicios adicionales relacionados con nuestro sector, de los que incluso podríamos obtener un rendimiento económico. Entre estos servicios “extra” podríamos incluir también enlaces con otras empresas que ofrezcan productos complementarios al nuestro, con las que llegaríamos a convenios de colaboración.

A la hora de realizar la página web de la empresa debemos contratar este servicio a empresas especializadas. Este es un paso importante ya que del proveedor que seleccionemos va a depender en buena medida el resultado final y, por tanto, nuestra imagen en Internet.

Debemos examinar las ofertas cuidadosamente, no sólo comparar precios; sería bueno ver algunos de los proyectos que esta empresas hayan realizado anteriormente y, si es posible, informarnos de la rentabilidad que esa página ha significado para la empresa. Muchos proveedores de alojamiento web proporcionan un servicio global que incluye desde la creación y el diseño web, hasta la compra del dominio, la gestión del alta en los buscadores y el correo electrónico, aunque podemos contratar estos servicios por separado, no olvidemos que una solución integral, nos aportará un ahorro importante de recursos.

Debemos plantearnos a quién queremos dirigir nuestra página, decidir qué contenidos vamos a incluir. Por ejemplo, si el único objetivo es informar a los visitantes de nuestros servicios y nuestros locales, bastará con una presentación en la que se diga qué ofrecemos y un apartado de “Contacte con nosotros”, con la dirección de nuestro negocio, el teléfono y/o fax, y una dirección de e-mail.

En cambio, si queremos una página más completa que la meramente informativa, debemos incluir otras secciones como “conocer la empresa y sus actividades”, “catálogo de servicios”, “historia”, “nuestras recetas”, “fotografías de personas ilustres que han pasado por nuestros locales”, etc. Este tipo de páginas son más atractivas y prácticas para el visitante, lo que ayudará a que vuelva a visitarnos.

Un grupo de empresas constructoras del Principado se asocian para crear una web corporativa válida para todas ellas, con el fin de promover el conocimiento generalizado de sus actividades. El primer paso que dan es crear una web con información de la asociación, con los logotipos de las empresas y los datos de la sede de la asociación. Poco a poco se van incorporando más servicios a la web como enlaces directos a las páginas de cada empresa asociada, galerías fotográficas de algunas de las últimas obras ejecutadas por las empresas, estadísticas sobre el sector de la construcción en Asturias, una sección dedicada a fomentar la formación continua y on line de los trabajadores y empresarios del sector, un foro para que los usuarios manden preguntas a la comunidad de cibernautas sobre problemas en sus viviendas, etc. Uno de los últimos pasos ha sido la incorporación de una sección de acceso restringido para los asociados con servicios relacionados con el comercio electrónico, el intercambio de información entre los socios, actas de reuniones anteriores y el calendario de eventos de la asociación.

45

Debemos saber que podremos ir añadiendo secciones, como por ejemplo formularios a cumplimentar por nuestros clientes con el fin de establecer una base de datos o una tienda virtual para que los visitantes puedan comprar nuestros productos. Debemos ir avanzando poco a poco, no es necesario incorporar todos los servicios desde el primer momento. Una vez seleccionados los contenidos que queremos incluir en la primera versión de nuestra página, debemos estructurarlos ordenadamente y trazar el árbol de navegación, es decir, el plano o mapa desde el que se accederá a todos los contenidos. Estos pasos forman parte de las tareas del proveedor al que contratemos para diseñar nuestra página; sin embargo, no debemos dejarlo todo enteramente en sus manos. Hay que supervisar los detalles y aportar nuestras sugerencias, aunque dejándonos asesorar por ellos.

Es muy importante que la navegación por la página sea sencilla, “que el visitante no se pierda”. No olvidemos que puede haber gente menos

experta en el manejo de Internet y por tanto los accesos a las diversas secciones deben ser fáciles de localizar. A partir de todos estos datos, un equipo de expertos se encargará de confeccionarlo todo hasta tener la página tal y como va a aparecer en Internet.

El paso más importante para que nuestra página sea efectiva es el momento de publicarla en Internet. Cualquier página de la red ha de ser ofrecida a través de un servidor, es decir, un ordenador que se encuentra encendido las 24 horas del día y conectado a Internet permanentemente.

Un ejemplo interesante es el cuidado estético que plasman los grandes y prestigiosos estudios de arquitectura. Son páginas con gran dinamismo, con elementos de animación, colores muy seleccionados y una tipografía de creación propia. No se trata de imitarles, pero sí de encontrar inspiración en ellas. Las web del sector de la construcción han de ser sencillas de visitar, con fácil navegación y muy prácticas, pero no podemos obviar la importancia de la estética. Dar una imagen de modernidad, actualidad, interés por las tecnologías e interés por atender lo mejor posible al cliente son factores que siempre jugarán a nuestro favor.

46

El paso más importante para que nuestra página sea efectiva es el momento de publicarla en Internet. Cualquier página de la red ha de ser ofrecida a través de un servidor, es decir, un ordenador que se encuentra encendido las 24 horas del día y conectado a Internet permanentemente.

Por otra parte, si queremos que nuestra empresa sea visible en un medio que ofrece tal cantidad de información, lo más recomendable es disponer y registrar un dominio o nombre que permita identificar de manera sencilla a una empresa, persona u organización en Internet. El proveedor que contratemos puede encargarse de su registro.

Seleccionar el nombre de dominio es esencial, ya que si damos con un nombre con “gancho” nuestra página será fácilmente encontrada y recordada. Además del nombre, los dominios tienen una terminación que indica su actividad o su procedencia territorial. Existen dos grandes tipos de dominios: los de ámbito general y los de ámbito territorial. Dentro de los de ámbito general encontramos, por ejemplo las terminaciones “.net” (dedicado principalmente redes en Internet, por ejemplo un proveedor de servicios), “.org” (dedicado a instituciones con fines benéficos, sin ánimo de lucro), “.com” (para empresas en general o para cualquier actividad comercial).

Los dominios pueden indicar también el territorio de origen de la página y sólo se otorgan a empresas o personas de los países relacionados con el dominio. El dominio territorial de España es “.es”.

Para tener una buena presencia en Internet, una herramienta a tener muy presente son los “buscadores” o sistemas que recopilan y estructuran la información disponible para facilitar la localización de datos. Existe un buen número de buscadores, sin embargo, debemos centrarnos en los más visitados, por ejemplo www.google.com.

Para estar localizable en un buscador de este tipo debemos aparecer en los primeros puestos según determinados criterios de búsqueda. Debemos plantearnos qué palabras clave puede introducir un visitante que necesite un servicio similar al nuestro. Es necesario que el título de nuestra página contenga esos términos exactos, y repetirlo varias veces en el texto de la propia web para que cuando haga la búsqueda aparezca lo más rápidamente posible. También es importante aparecer en directorios especializados del sector, puesto que allí también buscarán nuestros futuros visitantes.

Cada buscador tiene sus propias reglas a la hora de establecer el orden en que aparecen las distintas páginas. Si es posible, debemos conocerlas antes de elaborar la página y tenerlas en cuenta. Existen proveedores que ofertan como servicio el posicionamiento de nuestra

página en los primeros puestos de un buscador importante. Si decidimos contratar este servicio debemos asegurarnos que aparecemos bien situados con unos criterios de búsqueda lógicos.

Para conseguir visitantes regulares es muy importante la actualización de contenidos. El cliente debe percibir cambios cuando entra por segunda o tercera vez en nuestra página. Si la página permanece estática tendrá la sensación de que con haberla visitado una vez, ya es suficiente.

En el caso de que dispongamos de comercio electrónico, podemos conseguir que nos visiten asiduamente ofreciendo, por ejemplo, información sobre promociones e informando de que esas promociones se cambian regularmente.

48

¿Qué pasos debo seguir para crear la página web de mi negocio?

1. Seleccionar el proveedor
2. Pensar a qué público queremos orientarla
3. Decidimos por un tipo de web
4. Seleccionar y estructurar los contenidos
5. Elegir un diseño atractivo
6. Seleccionar un nombre y un tipo de dominio
7. Elegir un servidor
8. Posicionar la web en un lugar "visible" en los buscadores [últimos términos son idénticos, hay sensibles diferencias de resultados].

Comercio electrónico

Hasta hace unos años cada vez que el cliente necesitaba adquirir un producto o servicio tenía que acudir personalmente al establecimiento. Más adelante se comenzó a ofrecer la posibilidad de realizar pedidos por teléfono o fax; sin embargo para ver la oferta de productos, consultar precios, etc., seguía resultando prácticamente imprescindible acudir al negocio correspondiente. Con las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han modificado muchos hábitos, entre otros nuestra forma de comunicarnos, comprar, vender o procesar información.

En este sentido, uno de los principales avances ha sido el comercio electrónico, una plataforma de compra y venta de productos y servicios a través de Internet. Se trata de una nueva forma de distribución, abierta al público en general de manera permanente y sin límites.

Dentro del comercio electrónico podemos distinguir varios tipos de transacciones: el comercio entre empresas (Business to Business ó B2B), que se corresponde, en general, con la relación entre proveedores y empresas; y las transacciones entre empresas y consumidores finales (Business to Consumer ó B2C). Estos son los dos tipos de comercio electrónico que han alcanzado mayor difusión y también los que más afectan a nuestro sector; sin embargo hay que señalar que existen otros, como el que se realiza entre empresas y Administraciones Públicas (Business to Administration ó B2A) o entre consumidores (Consumer to Consumer ó C2C).

Además de ofrecer un buen catálogo virtual, que muestre y describa cada elemento con el mayor número de detalles posible, es necesario ofrecer al cliente distintas formas de pago, desde las habituales formulas como el contra-reembolso, transferencia bancaria o pago con tarjeta de crédito a través de las pasarelas de pago, hasta formulas diseñadas de forma específica para este tipo de comercio como son cheques electrónicos, tarjetas especiales, etc.

Otro factor que puede ser decisivo para el consumidor es el plazo de entrega. Por esto es necesario contar con un servicio de logística, rápido y adaptable a los horarios de nuestros clientes y que, además, permita el seguimiento del pedido, es decir que podamos informar a nuestro cliente en qué punto se encuentra el pedido.

Ya que con este medio de compra no mantenemos una relación personal con el cliente y, por tanto, no podemos asesorarle personalmente a la hora de realizar la compra, es interesante incorporar en nuestro sitio una zona de atención al cliente, donde poder informarle acerca del estado de su compra o facilitarle la posibilidad de realizar cambios o devoluciones. También sería recomendable disponer de un servicio de correo electrónico donde los clientes pudieran plantearnos sus posibles dudas.

50

Ventajas del Comercio Electrónico para el constructor:

1. Reducción del proceso de compra.
2. Diferenciación de la competencia.
3. Reducción de costes.
4. Acceso a mayor número de clientes.
5. Nuevas opciones de venta.
6. Reducción de stocks en el almacén.
7. Apertura a nuevos mercados

Ventajas del Comercio Electrónico Para el cliente:

11. Acceso rápido a información actualizada del producto.

2. Independencia horaria.
3. Posibilidad de adquirir productos de difícil acceso y a precios reducidos.
4. Facilidad para comparar precios y características sin adquirir compromisos.
5. Mejora del servicio recibido.

Sin embargo, a pesar de las numerosas ventajas que aporta el comercio electrónico, tanto desde el punto de vista del cliente como del comerciante, todavía existen ciertas barreras que están dificultando el desarrollo del mismo, ya que no todo el conjunto de la sociedad está familiarizado con ellas ni se ha extendido masivamente el hábito de comprar en la red debido sobre todo a la desconfianza que suscita el nuevo sistema. Esta desconfianza se incrementa a la hora de tener que introducir datos bancarios para realizar el pago a través de la web.

Hay todavía una cierta incertidumbre respecto a la legislación que regula este tipo de comercio. Muchos consumidores no tienen aún claro cuáles son sus derechos en caso de tener algún problema.

Por estas razones, es fundamental informar al cliente sobre las condiciones de seguridad de nuestra página, lo que incluye lógicamente la posibilidad de realizar cambios o devoluciones de productos, según marca la Ley. Además, si disponemos de un servicio de correo electrónico donde los clientes puedan sentir que son escuchados y que si tienen algún problema dispongan de un lugar donde acudir, su confianza posiblemente se verá aumentada.

En cuanto al sistema de pago, es recomendable al menos en un principio, conservar el contra-reembolso. Respecto al pago con tarjeta debemos asegurar al cliente que sus datos recibirán un tratamiento

adecuado. Una opción para ello es establecer un acuerdo con alguna entidad bancaria a través de la cual se realizarían todos los pagos. Esto mismo serviría para la introducción de nuevas formas de pago creadas específicamente, como son los cheques electrónicos.

Asimismo, debemos informar que los datos serán tratados según la legislación vigente, incluso mediante la incorporación de un enlace a la Ley de Protección de Datos y a la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico, de las que hablaremos a continuación.

Una ayuda para transmitir esta seguridad puede ser la utilización de la firma electrónica. Este dispositivo utiliza un certificado electrónico (como el que necesitamos para realizar trámites con la Seguridad Social) y permite la comprobación de la procedencia y la integridad de los mensajes que transmitimos o recibimos a través de Internet. Los documentos firmados electrónicamente tienen la misma validez que los firmados manualmente, lo que dará mayor confianza al cliente.

A pesar de estas dificultades iniciales, es innegable que el comercio electrónico avanza y que cada vez son más los clientes que se deciden a comprar a través de la red.

El marco legal

La extraordinaria expansión de las redes de telecomunicaciones, y en especial de Internet como vehículo de transmisión e intercambio de información, ha hecho surgir una nueva forma de organización económica y social que se conoce con el nombre de Sociedad de la información. En España, en los últimos años, esta situación se ha comenzado a regular a través de leyes como la de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSICE), estableciendo las responsabilidades y obligaciones de los prestadores de estos servicios. Esta ley garantiza entre otros aspectos el derecho de los usuarios a obtener información sobre los prestadores de servicios y los precios de los productos o servicios que

ofrecen. Además, también garantiza el derecho a no recibir publicidad no solicitada a través de correo electrónico. En cuanto a la contratación, asegura que el cliente pueda conocer las condiciones generales antes de realizar la contratación de su pedido y obtener un acuse de recibo que le asegure que su pedido ha llegado al vendedor.

¿A quién se aplica la LSSICE?

1. Empresas que realizan comercio electrónico.
2. Empresas que realizan publicidad vía electrónica.
3. Empresas que prestan otros servicios de la Sociedad de la Información como

operadores de telecomunicaciones o proveedores de acceso a Internet.
4. Los titulares de páginas personales, sólo si incluyen publicidad remunerada.

2.7. ¿QUÉ HACER PARA PROTEGER MIS “ACTIVOS”?

En nuestro negocio manejamos a diario datos de productos, clientes o proveedores, que nos resultan muy valiosos a la hora de tomar decisiones y que estamos obligados a proteger. Por otro lado, situaciones imprevistas como una inundación o la entrada de un virus en nuestro ordenador pueden provocar en ocasiones la pérdida de estos datos. Para evitar estos riesgos, existen medidas de seguridad que pueden reducir o incluso anular esa posibilidad.

La protección de datos personales

La Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) se creó, para proteger el derecho a la privacidad del individuo. Toda empresa o institución que trabaje con datos de personas físicas está sujeta a esta ley y por lo tanto debe cumplir con las medidas reguladas en el Real Decreto 994/1999 por el que se aprueba el Reglamento de Medidas de Seguridad.

La adecuación a la LOPD necesariamente incluye la implementación de temas legales y también de temas técnicos, por lo que es importante a la hora de implementar estos temas en nuestra empresa poder contar con una asesoría especializada.

54

En función de las características de los datos personales que vayan a ser tratados, el Reglamento prevé tres niveles de seguridad. Para cada uno de estos niveles se exigen unas medidas de carácter técnico y organizativo que garanticen la seguridad de los datos que se van a tratar. Cualquier fichero de datos deberá cumplir, al menos, las medidas de nivel básico.

Los datos que se consideran de nivel básico son el nombre y los apellidos, NIF, la dirección, el número de teléfono, fecha de nacimiento, sexo, datos económicos, etc. Estos son los datos con los que nosotros trabajaremos de forma más habitual.

Entre las medidas de nivel básico se incluye la confección de Documentos de Seguridad en los que se deben especificar, entre otros elementos, los datos almacenados en los diferentes ficheros, las funciones y obligaciones del personal que tiene acceso a los datos y las medidas con las que se pretende garantizar el nivel de seguridad exigido.

Independientemente del nivel de seguridad de los datos, la ley exige que se realice el registro de ficheros que contienen dichos datos ante la Agencia Española de Protección de Datos declarando el contenido

de los mismos, para qué se utilizarán, el responsable del fichero y la ubicación del mismo. Esto es necesario para que los afectados, es decir, las personas cuyos datos están siendo incluidos en el fichero, puedan ejercitar sus derechos de acceso, rectificación y cancelación.

Copias de seguridad

Debemos proteger los datos en un dispositivo distinto al que habitualmente contiene dicha información. Puede ser algo tan sencillo como la copia manual de la información en cualquier dispositivo que la pueda contener como discos duros secundarios, CDs, etc.

En la mayoría de las ocasiones, la información que se almacena en los ordenadores de la empresa es de una importancia vital para el funcionamiento de ésta, por lo que debemos evitar a toda costa su pérdida o deterioro. Por ello, es imprescindible desarrollar acciones encaminadas a posibilitar la recuperación de dicha información en caso de accidente o error.

Antivirus

Los elementos que más daño pueden hacer a los datos almacenados en nuestro ordenador son, sin duda, los virus. Un virus es un programa informático que tiene la capacidad de copiarse a sí mismo y que por tanto puede transmitirse muy fácilmente. Se propagan a través de discos infectados o, más frecuentemente, a través de la red, fundamentalmente por el correo electrónico. Estos programas pueden causar graves daños como pérdida de información, disminución de la velocidad del ordenador y de las conexiones de red.

Los antivirus son programas cuyo propósito es combatir y erradicar los virus informáticos. Normalmente examina cada archivo en el ordenador y lo compara con las tablas de descripción de virus guardadas en disco. Si encuentra alguna coincidencia, elimina el archivo infectado y nos informa. También se comporta como un guardián que impide

la entrada de nuevos virus a nuestro ordenador porque examina el comportamiento de los programas en la memoria del ordenador. Hay que tener en cuenta que es una solución para minimizar los riesgos y no una solución infalible. El aspecto más importante de un antivirus es su actualización, sin ella sería casi inservible porque cada día surgen nuevos virus.

Cortafuegos

Son programas que clasifican toda la información que se transmite entre nuestro ordenador e Internet. Tiene dos funciones fundamentales: protege nuestro ordenador de ataques provenientes del exterior y también ayuda a evitar la salida de información sensible desde nuestro equipo.

3. PROGRAMA EMPRENDEDORES

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.

Las distintas líneas de actuación que desarrolla el programa Emprendedores son las siguientes:

1) Acciones de divulgación y sensibilización de uso de las nuevas tecnologías en sectores empresariales, a través de Desayunos Tecnológicos, Talleres de Nuevas Tecnologías y otros eventos, con el objeto de servir de punto de encuentro entre agentes implicados (empresas, administraciones, asociaciones, etc.) para la puesta en común de necesidades, problemáticas, soluciones técnicas.

2) Acciones de Formación en uso de las TIC para el negocio: Jornadas de sensibilización y Talleres formativos dirigidos a autónomos y microempresas para su inclusión digital.

Consiste en la planificación, organización, desarrollo y seguimiento de una serie de acciones formativas para sensibilizar sobre la importancia y las ventajas que tiene usar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en los negocios.

Estas acciones formativas gratuitas son impartidas por consultores tecnológicos homologados con experiencia en dinámicas de grupo y amplios conocimientos en nuevas tecnologías.

Las acciones incluyen documentación de relevancia, como Guías con recomendaciones para la implantación de las Nuevas Tecnologías en el Sector Correspondiente, Dossieres informativos (compendio de las ayudas tecnológicas que apliquen, recomendaciones TIC, falsas creencias sobre las TIC, dossier de prensa,...), ó Vídeos

Testimoniales con simulaciones de buenas prácticas en el uso de las Nuevas Tecnologías en diferentes sectores.

Actualmente, la oferta formativa de la Consejería de Fomento se compone de:

- Talleres Generalistas
- Talleres para el Sector del Turismo Rural
- Talleres para el Sector del Comercio
- Talleres para el Sector Agrícola – Ganadero
- Talleres para el Sector del Transporte

3) Diagnóstico de las necesidades detectadas y Asesoramiento a Trabajadores Autónomos y Microempresas en todas las fases de la puesta en marcha de proyectos TIC en el negocio.

Los principales objetivos de esta actuación son:

i) Fomentar una cultura regional respecto a las nuevas tecnologías y la Sociedad Digital del Conocimiento en el tejido empresarial, especialmente entre los Autónomos y las Pequeñas y Medianas Empresas de Castilla y León.

ii) Promover entre las empresas de la Comunidad Autónoma la utilización de las TIC, como herramientas que aportan valor añadido a la gestión diaria y permiten tener un retorno positivo en la cuenta de resultados de la empresa.

iii) Profundizar en el nivel de conocimiento y las necesidades existentes en la región, a través del trabajo con indicadores de Sociedad de la Información, tanto a nivel estadístico como a nivel operativo.

4) Colaboración con agentes y centros de referencia tecnológica para impulsar el proceso de adopción de las TIC por las Pyme y servir como instrumentos de información y asesoramiento a las Pyme.

4. SEIS CLAVES PARA RECORDAR

1. Sistemas de gestión.

Con un sistema de gestión podemos agilizar todos los trámites administrativos. Podremos obtener, en cualquier momento, información en tiempo real de la situación de cada sección de nuestro negocio, lo que nos facilitará la toma de decisiones. La gestión de cobros y pagos, la contabilidad, el tratamiento de los datos de clientes, etc., ya no nos harán perder tanto tiempo.

2. Conexión a Internet.

A través de un ordenador conectado a la red podremos obtener distintas ventajas. Podemos agilizar aún más la gestión de nuestro negocio, realizar distintos trámites con la Administración o con entidades bancarias a cualquier hora y desde nuestro propio local. Además, nos permite acceder en cualquier momento a una gran cantidad de información sobre cualquier aspecto, por ejemplo sobre proveedores. Nos permitirá, también, disponer de correo electrónico, con lo que podremos ahorrar costes en comunicaciones y en marketing.

64

3. Presencia en Internet.

Un paso más es la introducción de nuestro negocio en la red. Debemos tener en cuenta las distintas estrategias de marketing on line, que van desde la inclusión de publicidad en páginas relacionadas con nuestro sector hasta la creación de nuestra propia web. El potencial de la presencia de nuestro negocio en Internet aumenta cada día, debido a que, cada vez más, los usuarios se deciden a utilizar este medio para buscar cualquier tipo de información.

4. Comercio electrónico.

Una vez que tenemos nuestra web podemos decidirnos a ofertar nuestros servicios a través de ella, mediante sistemas de reserva, por ejemplo. Esto nos abrirá el camino a nuevos mercados hasta entonces inaccesibles. Además, el comercio electrónico nos permite contactar con proveedores y comprar a través de Internet.

5. Protección de datos.

Dado que manejamos datos personales de clientes y proveedores debemos tener muy en cuenta la legislación vigente en cuanto a protec-

ción de datos. La LOPD es la ley que regula esta cuestión y quizás sería interesante poder contar con un profesional que nos asesore a la hora de redactar las cláusulas y obligaciones de nuestra empresa.

6. Portal Emprendedores.

www.portalemprendedores.es, portal del Programa Emprendedores donde dispone de información de las distintas actuaciones en materia de Nuevas Tecnologías que se están llevando a cabo desde el mismo (divulgación y sensibilización tecnológica, formación y alfabetización digital, diagnóstico y asesoramiento tecnológico,...). Además, dispone de interesantes recursos como Guías de Nuevas Tecnologías aplicadas a distintos sectores productivos, Vídeos testimoniales de buenas prácticas en la aplicación de las TIC, un buscador de ayudas y subvenciones, o una herramienta de autodiagnóstico tecnológico.



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