



Sector Hostelería

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

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





**SECTOR HOSTELERÍA. 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 de una mayor igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

The logo is a white, stylized lowercase letter 'e' enclosed within a white, rounded shape that resembles a speech bubble or a stylized 'e' itself. The 'e' is positioned to the left of the text.

programa
mprendedores

ÍNDICE

	PRESENTACIÓN	9
1	INTRODUCCIÓN	13
	1.1. CONSIDERACIONES PREVIAS	14
	1.2. ¿QUÉ SON "LAS TIC"?	14
	1.3. LAS TIC EN LA HOSTELERÍA, VISTAS A TRAVÉS DE UN CASO PRÁCTICO	15
2	IMPLANTANDO LOS TIC PASO A PASO	17
	2.1. AGILIZAR Y MEJORAR LA GESTIÓN DEL NEGOCIO GRACIAS AL USO DE LAS TIC	20
	2.2. NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR CON MIS CLIENTES Y PROVEEDORES	25
	2.3. BANCA ELECTRÓNICA, SIEMPRE DISPONIBLE	31
	2.4. INFORMACIÓN Y TRÁMITES GRACIAS A LA E-ADMINISTRACIÓN	31
	2.5. TELEFORMACIÓN, UNA SOLUCIÓN ASEQUIBLE	40
	2.6. ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET A MI NEGOCIO?	43
	2.7. ¿QUÉ HACER PARA PROTEGER MIS "ACTIVOS"?	53
3	PROGRAMA DE EMPRENDEDORES	57
4	SEIS "CLAVES" PARA RECORDAR	61

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 nos parezca 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.

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.

1.3. LAS TIC EN LA HOSTELERÍA, VISTAS A TRAVÉS DE UN CASO PRÁCTICO

13

Carolina pertenece a una familia dedicada a la hostelería y está a punto de abrir su propio restaurante. Se ha comprado un ordenador para llevar la contabilidad del negocio y aprovecha para solicitar la conexión a Internet.

Quiere sacar partido a las "TIC", ha oído hablar de ellas pero no sabe muy bien para qué sirven. Pedro, un amigo suyo que tiene un bar, le comenta que él contacta con sus proveedores a través de los mercados virtuales que existen en la red y compra los productos para su negocio a través de Internet, sin necesidad de recurrir a intermediarios, de forma económica, rápida y simple.

Pedro le explica que sería una buena idea crear una página web para su restaurante y Carolina se pregunta qué utilidad puede tener esto para sus clientes. Le responde que las posibilidades de dar a conocer su negocio se multiplicarían y que la página podría ofrecer algún servicio adicional o de valor añadido al cliente, además de información sobre el restaurante. Le habla de una pizzería

en la que él cenó el pasado fin de semana y en la que reservó mesa a través de Internet.

Carolina empieza a pensar que sería buena idea introducir en su negocio el uso cotidiano de estos servicios. Está tan interesada en el tema que le pregunta a su amigo qué más cosas podrían hacer las TIC por ella. Él le comenta que realiza casi todas las operaciones con su banco a través de Internet, sin moverse de casa y a cualquier hora. Carolina piensa que esto le ahorraría mucho tiempo y podría dedicarse más a su nuevo negocio. La joven ve claro que tiene posibilidades para su negocio. Carolina quiere empezar a familiarizarse con las tecnologías de la información y la comunicación, y decide por comenzar buscando información sobre el sector. Rápidamente encuentra información relativa a ferias, noticias sectoriales e incluso recetas que le vendrán muy bien para completar su oferta. Mañana buscará asesoramiento para ver cómo lleva a cabo los consejos que le dio Pedro. Posiblemente lo haga visitando el Portal Emprendedores de la Junta de Castilla y León (www.programaemprendedores.es), donde podrá realizar un asesoramiento tecnológico gratuito y, sobre todo, de forma neutra, y donde le orientarán sobre las distintas posibilidades existentes.

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 a la hostelería, existen herramientas informáticas y de comunicaciones que es necesario conocer.

Equipamiento específico: Terminal Punto de Venta (TPV)

Con un terminal punto de venta equipado con los programas adecuados es posible la gestión total de nuestro negocio, tanto en la atención al público como la gestión de caja, pedidos o control de mercancía.

Un TPV tiene un buen número de funcionalidades para cubrir las necesidades de gestión de las empresas hosteleras. Por ejemplo, podemos gestionar las comandas por camareros, crear botones rápidos para agilizar las cuentas, permitir distintas formas de pago, realizar operaciones rápidas de cierre de caja, obtener informes sobre ingresos y productividad, etc.

Laura es la gerente de un restaurante y todas las noches al hacer caja se le presenta algún problema. Rara vez consigue cuadrar la caja, no encuentra algún ticket o no le coinciden los ingresos con los pedidos marcados. Un autentico desastre a la hora de hacer las cuentas. Un día comentándolo con el encargado de un restaurante cercano, le dice que ellos tenían el mismo problema hasta que instalaron un terminal TPV como caja registradora. Ahora gestiona los pedidos de forma mucho más eficaz, todas las operaciones que se realizan quedan registradas y a la hora de hacer caja facilita mucho el trabajo.

Asistente Digital Personal (PDA)

Una PDA puede ser una herramienta muy útil para nuestro sector. Estos elementos incluyen una pantalla táctil que permite su manejo de una forma ágil, rápida y eficaz. A través de un programa específico podremos manejar la información de nuestro establecimiento, reduciendo tanto el tiempo de realización de la comanda como en el cobro del ticket. Facilita igualmente la gestión de los pedidos por mesas y permite emitir automáticamente las comandas a un equipo receptor o impresora que instalemos en la cocina.

Debido a su facilidad de manejo, no supone ningún problema su implantación e incluso podríamos instalarlo en las mesas para que los clientes realicen ellos mismos los pedidos. Esto, además de ahorrarnos recursos, nos permitiría agilizar el servicio.

Juan ha introducido recientemente el uso de la PDA en su pizzería. En el dispositivo ha cargado el contenido de la carta de forma que los camareros al tomar nota de los pedidos, éstos son enviados directamente a la cocina que ya puede ponerse a prepararlo sin necesidad de que el camarero se desplace. Al mismo tiempo se envía a la caja registradora, equipada como TPV, el pedido de esa mesa, para que vaya calculando la cuenta resultante a la que se irán sumando los pedidos posteriores con solo indicar el número de mesa.

19

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

reclamaciones, devoluciones o sugerencias han realizado en alguna ocasión. Esta información es de gran utilidad para poder ajustar nuestros servicios a sus expectativas y conseguir así un adecuado nivel de satisfacción.

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 jornadas gastronómicas, menús en fechas especiales, etc.

20

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

Carla es la responsable de un restaurante y comprende que la diferenciación de sus clientes puede marcar el éxito de un establecimiento. Decide crear una base de datos de clientes que le permita llevar a cabo estrategias de marketing personalizadas, como la idea de crear una tarjeta de cliente con algunas ventajas como descuentos o la posibilidad de participar en sorteos. Los clientes que deseen solicitar esta tarjeta sólo deberán cumplimentar un impreso con sus datos. Hace un mes que ha puesto en marcha esta estrategia y tiene algunos clientes inscritos. Carla está pensando en organizar un "menú especial del cliente" para fechas señaladas, con un precio exclusivo para ellos. Con las direcciones electrónicas de estos clientes, podría adelantarles por correo las fechas de estas promociones para que hicieran sus reservas.

- Gestión de stocks:

Para nuestro negocio es necesario mantener un control de existencias para gestionar en todo momento las entradas y salidas en almacén y en consecuencia, poder planificar las necesidades futuras. Para ello, es interesante tener un sistema de información que proporcione rapidez y eficacia a la hora de tomar decisiones de compra. Existen aplicaciones que con la información de nuestro consumo histórico de existencias, realizan estimaciones de lo que vamos a necesitar en función del carácter estacional del consumo de nuestros clientes.

Julián es el encargado de un bar de copas que abre los fines de semana. Cada semana tiene que hacer el pedido de bebidas. De lunes a viernes él trabaja en un taller, por lo que muchas veces no tiene tiempo de comprobar cuánto se ha consumido de cada tipo de bebida y hace el pedido según lo que él cree que se ha consumido, pero sin comprobarlo. Esto hace que a veces se quede escaso, lo que crea una mala imagen ante sus clientes. Hace poco ha decidido instalar un terminal punto de venta que registra cada pedido y realiza automáticamente un cálculo del consumo de cada bebida, lo que le facilita la realización de los pedidos.

- 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:

La mayoría de los negocios dedicados a la hostelería tienen este servicio contratado de forma externa. A pesar de ello, debemos asegurarnos de que nuestra aplicación informática nos permita, en un futuro, incorporar módulos a través de los cuales gestionar este tipo de tareas.

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 (ordenadores, impresoras, faxes, módems, etc.).

22

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 locales ubicados en distintos lugares.

2.2. NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR CON MIS CLIENTES Y PROVEEDORES

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.

Marcos es el encargado de un pub de moda y está preparando una fiesta hawaiana para el próximo fin de semana. Además del habitual anuncio en los medios locales de comunicación o mediante carteles, decide mandar a sus clientes más habituales un mensaje corto a su teléfono móvil para invitarles y recordarles que no pueden faltar.

El otro gran medio que está revolucionando 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.

El correo electrónico nos facilita la relación con nuestros clientes y proveedores a un bajo coste y nos permite recibir encargos, preguntas, opiniones o sugerencias. Si tenemos página web podemos tener un apartado del tipo "contacte con nosotros" donde incluiríamos nuestra dirección de correo electrónico. Aunque no dispongamos de página web podemos usar esta dirección en nuestras tarjetas y otros soportes promocionales. Es necesario saber que el envío de publicidad a través del correo electrónico ha de ajustarse a la normativa vigente, tal y como se verá posteriormente.

24

La mensajería instantánea permite mantener conversaciones por escrito entre personas de cualquier parte del mundo. Este servicio ofrece una ventana donde se escribe el mensaje de texto y se envía a uno o varios destinatarios, quienes reciben los mensajes en tiempo real. El receptor lo lee y puede contestar en el acto. Tiene la interactividad del teléfono pero a un coste mucho menor.

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. Para nuestro negocio puede ser útil, principalmente, porque puede ayudarnos a reducir los gastos telefónicos.

Captación y fidelización de clientes

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 en 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, informándole de jornadas gastronómicas o eventos que pueden ser de su interés, por ejemplo.

En casos más puntuales, podremos utilizar el envío de mensajes cortos a su teléfono móvil para confirmar que se ha realizado una reserva por ejemplo, con un coste algo mayor que del correo electrónico pero posiblemente, con mayor eficacia. Estas estrategias pueden constituir una diferencia competitiva para los negocios de hostelería que los clientes sin duda sabrán agradecer.

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.

La página web del restaurante de Ana ofrece la posibilidad de rellenar una encuesta relacionada con los gustos y preferencias de cada cliente y sobre lo que les gustaría encontrar en su negocio. El cliente también tiene la opción de contestar a la encuesta cuando se acerca a comer al restaurante. Para conseguir una mayor aceptación por parte del público, el restaurante sortea una cena para dos, canjeable cualquier día de la semana.

26

Añadiendo valor al servicio

En el mercado hay algunas soluciones del tipo “conectar y listo”, con bajo coste para que los pequeños establecimientos de hostelería y restauración puedan ofrecer a sus clientes un servicio de acceso inalámbrico a Internet dentro de sus dependencias. El funcionamiento de estos sistemas suele ser a través de ticket de tiempo que solicita el cliente para poder navegar con su ordenador portátil o de mano equipado con tarjeta de red inalámbrica Wi-Fi (Wireless Fidelity). También podemos disponer de un ordenador portátil para algún uso puntual de nuestros clientes. Lo único que necesitamos para ofrecer este servicio es que nuestro negocio disponga de acceso a Internet de banda ancha.

El restaurante de Antonio está situado en una zona empresarial. Diariamente van comer muchos ejecutivos de dichas empresas que, en alguna ocasión, ya le han comentado que estaría bien poder aprovechar el tiempo de las comidas para realizar algún tarea. Decide informarse y contrata un servicio de línea ADSL con una

compañía que ofrece tarifa plana las 24 horas del día a buen precio e instala los dispositivos necesarios. A continuación avisa a sus clientes de que ya dispone de dicho servicio. Algunos empiezan a traer sus portátiles para poder conectarse a Internet y trabajar o consultar su correo, ofreciéndole al hostelero un ingreso adicional a un coste relativamente bajo.

Mercados virtuales, una nueva forma de comprar

La mejora de la relación con los proveedores es una de las claves para aumentar la competitividad de nuestro negocio. Los hosteleros 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 servicio prestado, en lo que se refiere, por ejemplo, a la disponibilidad de existencias.

27

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 podemos, incluso, obtener comparaciones del precio de 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.

Carmen es hostelera, tiene un bar y está pensando en ampliarlo para incorporar una zona dedicada a restaurante. Necesita contactar con nuevos proveedores, contratar más empleados y renovar la vieja cafetera del bar. No encuentra tiempo para ello. Alguien le habla de los mercados virtuales en Internet y decide visitar alguno de ellos para buscar proveedores y los empleados que necesita. Carmen se queda sorprendida de la información que está disponible en este tipo de páginas para todo tipo de productos.

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 documentación, gestión de stocks, logística, etc. ¿Cuánto podríamos ahorrarnos, 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.

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.

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...

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.

31

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.

34 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.

Nacho está pensando en contratar un camarero para que le ayude en el bar que recientemente ha inaugurado. Visita la página de la Seguridad Social para ver qué documentos necesita para dar de alta a un nuevo empleado, se entera de que la página ofrece la posibilidad del pago electrónico de las cuotas correspondientes de la Seguridad Social. Esto le evitaría acudir al banco todos los meses.

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.

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 hostelero, relacionada con la normativa sectorial normativa, 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.

36

Por último, la obtención de un certificado de usuario nos permitirá realizar cualquier tipo de trámite con la Agencia tributaria desde nuestra propia casa o local 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.

Hasta ahora, Luís tenía la contabilidad del bar contratada con una gestoría. Sin embargo esta cerró hace unos meses y como no co-

noce ninguna otra de confianza decide intentar llevar las cuentas por sí mismo. Llega la fecha de presentar el Impuesto de Actividades Económicas y descubre que no tiene etiquetas, está en una época de mucho trabajo y no puede ausentarse del bar. Recuerda que su hermana le comentó hace poco que había presentado la declaración del IRPF a través de Internet y se pregunta si será posible también solicitar las etiquetas por este mismo método. Se conecta y confirma que le permiten hacer la solicitud e imprimirlas en su propio ordenador sin tener que ir a la Agencia Tributaria.

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 ASEQUIBLE

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.

38

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.

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.

41

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 provee-

dores 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.

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.

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 que nos identifiquen de manera sencilla en Internet. El proveedor que contratemos puede encargarse de su registro.

44

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.

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

1. Seleccionar el proveedor.
2. Pensar a qué público queremos orientarla.
3. Decidirnos 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.

46

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.

Ventajas del Comercio Electrónico para el hostelero:

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.

48

Ventajas del Comercio Electrónico Para el cliente:

1. Acceso rápido a información actualizada del servicio.
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 tienen un lugar donde acudir su confianza posiblemente aumentará.

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 So-

cial) y permite la comprobación de la procedencia y la integridad de los mensajes que transmitimos o recibimos a través de la red. 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 antes de realizar 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.

51

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.

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, nómina, 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.

52

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, etc.

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.

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. y comprar a través de Internet.

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.

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 protección 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