



Sector Hotelería

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

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



**SECTOR HOTELERO. 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 HOTELERO, VISTAS A TRAVÉS DE UN CASO PRÁCTICO	13
2	IMPLANTANDO LAS 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	22
	2.3. BANCA ELECTRÓNICA, SIEMPRE DISPONIBLE	25
	2.4. INFORMACIÓN Y TRÁMITES GRACIAS A LA E-ADMINISTRACIÓN	26
	2.5. TELEFORMACIÓN ¿UNA SOLUCIÓN PARA MIS NECESIDADES?	34
	2.6. ¿QUÉ PUEDE APORTAR INTERNET A MI NEGOCIO?	37
	2.7. ¿QUÉ HACER PARA PROTEGER MIS "ACTIVOS"?	46
3	PROGRAMA DE EMPRENDEDORES	55
4	SEIS "CLAVES" PARA RECORDAR	59

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 hotelero en general. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la aplicación de las mismas y su idoneidad dependerán de cada tipo de hotel.

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 este sector en 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, como por ejemplo, el teléfono. 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, incrementan la libertad de comercio y 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.
6. Acceso a nuevos mercados.

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

Gonzalo regenta desde hace años un pequeño hotel en la ciudad. Recientemente, ha renovado todas sus instalaciones y ahora está pensando en cambiar el viejo programa informático y el ordenador que utilizaba para la gestión del hotel.

Como no entiende mucho sobre el tema decide preguntar a su amigo Oscar que trabaja en una empresa que oferta soluciones informáticas. Oscar le aconseja contratar una conexión a Internet y le comenta lo útil que podría ser para su negocio.

Oscar le muestra cómo navegar a través de la red y a buscar esa información. También le comenta que él realiza casi todas las operaciones con su banco a través de la red, sin moverse de casa y a cualquier hora.

Gonzalo piensa que esto le ahorraría mucho tiempo y podría dedicarse más a su negocio. A los pocos días, ya tiene dos ordenadores con conexión a Internet en el hotel. Uno lo utilizará él mismo para llevar la contabilidad y el otro se utilizará en la recepción para la gestión de reservas.

Ahora que Gonzalo empieza a estar familiarizado con las nuevas

tecnologías decide buscar más información en Internet para seguir mejorando su negocio y se encuentra con los mercados virtuales, que le permiten contactar con múltiples proveedores y localizar una mayor oferta de productos. Puede incluso adquirirlos a través de la red, sin necesidad de recurrir a intermediarios, ahorrando tiempo y dinero. Además, encuentra información sobre ferias, noticias del sector, etc.

Cuando Gonzalo vuelve a ver a su amigo, le comenta las mejoras que ha puesto marcha. Oscar le dice que sería una buena idea crear una página web del hotel, con un mapa de localización y fotos de las nuevas instalaciones. Además, podría ofrecer la posibilidad de realizar reservas a través de correo electrónico y también añadir información sobre actividades turísticas de la zona. Gonzalo decide ponerse en marcha con el proyecto de su página y pide consejo a su amigo sobre alguna empresa que sea de su confianza.

2. IMPLANTANDO 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 que deben ser aprovechados. Con un simple ordenador ya podemos instalar una pequeña aplicación informática que nos ayude a gestionar la actividad. Si además contamos con una conexión a Internet, las posibilidades aumentan. En cuanto al sector de la enseñanza, existen herramientas informáticas y de comunicaciones que es necesario conocer.

Aplicaciones de gestión

Actualmente existen sistemas informáticos orientados a la gestión de la empresa que facilitan y mejoran nuestro trabajo y nos permiten ahorrar tiempo. La elección de un sistema informático supone una decisión importante. Es importante tener muy claro qué es lo que queremos conseguir y, en función de ello, elegir el sistema que necesitamos.

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.

Covadonga tiene su pequeño hotel con todas sus habitaciones ocupadas, está prácticamente sola, porque Fernando, que es su ayudante, está participando en una feria de turismo en otra región y desde allí le envía una reserva de un grupo de turistas para la próxima semana destacando que se trata de un grupo vegetariano. Manuela tiene que obtener rápidamente productos adecuados para la alimentación de sus futuros visitantes. No puede ausentarse de su negocio porque Fernando no está. Decide usar Internet para localizar proveedores de este tipo de productos, consulta diferentes opciones, de precio y calidad y ejecuta su pedido, todo sin moverse del hotel. La han garantizado que el pedido estará en el hotel antes de que lleguen los clientes vegetarianos.

Existen soluciones integrales para instalaciones hoteleras que nos facilitan distintas aplicaciones para nuestro negocio:

- 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 enormemente 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 muchos casos, las pequeñas y medianas empresas 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.

- Gestión de alojamientos:

Nos facilita todas las gestiones que debemos realizar desde la recepción de nuestro centro hotelero. Podemos, por ejemplo, gestionar en una sola aplicación todas las reservas realizadas por cualquier medio (presencial, por teléfono, por Internet). De este modo podemos planificar la ocupación diaria, semanal y mensual de nuestros servicios. También nos permite controlar el uso que cada cliente hace de los distintos servicios que ofrecemos como cajas de seguridad, alquiler de equipos y dispositivos, servicio de habitaciones, llamadas telefónicas, etc.

- 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.

Mediante una aplicación informática, podemos recoger datos personales básicos sobre nuestros clientes: quiénes son, con qué frecuencia se alojan, qué servicios demandan y qué tipo de reclamaciones o sugerencias han realizado en alguna ocasión. Esta información es de gran utilidad para poder adecuar 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.

20

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 servicios 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.

Jorge tiene un hotel tres estrellas. Siempre se ha esforzado por tratar de fidelizar a sus clientes y ha utilizado el método de hacer un tarjetero con los datos de los clientes donde apuntaba sus fechas de cumpleaños, su profesión y otros datos que le parecían de interés. En navidades enviaba postales de felicitación a aquellos clientes que con más frecuencia acudían a su hotel, pero no podía mandárselas a todos porque era muy costoso. Desde que instaló un sistema que registra la base de datos de sus clientes, utiliza el correo electrónico y prácticamente sin costo alguno les envía postales de felicitación a todos los que han sido sus clientes. Ade-

más les hace llegar invitaciones para sus próximas vacaciones, ofertándoles servicios adicionales.

Redes internas

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 (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.

Ángela tiene hotel en una zona costera, en los últimos años se han abierto nuevos hoteles en la zona y el suyo se ha quedado un poco atrasado por lo que necesita llevar a cabo una reforma, ante esta decisión aprovecha para acercarse a Madrid y visitar una importante feria del sector. En la feria se encuentra con otra empresa que esta en su misma situación por lo que deciden realizar juntas la primera visita, Ángela anota en su libreta nombres, teléfonos y direcciones de proveedores, al mismo tiempo su compañera recoge la información en su agenda electrónica PDA. Al llegar por la tarde al hotel su compañera utiliza la tecnología Bluetooth para pasar los datos al ordenador del hotel y mandarlos inmediatamente por correo electrónico a su empresa, mientras Ángela interpreta la información que tiene en su libreta y la pasa a su ordenador portátil.

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.

22

Carmen es la gerente de tres hoteles en la ciudad, antes de terminar el año necesita conocer las estadísticas de ocupación registradas en los distintos hoteles en el último trimestre, con objeto de realizar una previsión para el primer trimestre del próximo año. El año pasado con la inauguración de uno de los hoteles ha aprovechado para instalar una red privada virtual. De esta forma puede conectarse al ordenador de los distintos hoteles y obtener esta información sin necesidad de acudir personalmente a recogerla.

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.

María tiene un pequeño hotel en los Picos de Europa. Una vez al mes organiza para sus clientes excursiones a la montaña. Este fin de semana es puente y esta organizando la excursión de este mes cuando se acuerda de Juan y Teresa, unos clientes sevillanos a los que les encanta el monte. Para hablarles de la excursión les envía un mensaje sms a su móvil.

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 pero también preguntas, opiniones o sugerencias. Si tenemos página web podemos tener un apartado del tipo “contacte con nosotros” donde incluiríamos nuestra dirección de correo electrónico. Pero 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. 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 centro puede ser útil, principalmente, porque puede ayudarnos a reducir los gastos telefónicos.

Enrique es el dueño, junto con su hijo Luís, de un hotel que cuenta con instalaciones para la celebración de eventos. Dentro de unos meses se va a celebrar en Puerto Rico una gran feria internacional de turismo. Enrique decide enviar a su hijo ya que considera que esta experiencia puede ayudarles a dirigir el negocio hacia otro tipo de servicios. Luís no tiene aún mucha experiencia en la actividad y su padre le pide que lo mantenga informado de todo lo que ocurre y de aquellas oportunidades que él considere favorables con el objetivo de evaluarlas y aconsejarle a la hora de firmar cartas de intención u otros compromisos similares. Luís comenta con su padre que las llamadas telefónicas van a suponer un coste importante, que pueden evitar si se comunican a través de la mensajería instantánea usando el ordenador y la conexión a Internet.

24

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, informarle de ofertas que pueden ser de su interés, darle a conocer complementos nuevos para algún producto que haya comprado en nuestro negocio, avisarle de que el servicio ya está terminado o simplemente informarle de las últimas novedades.

Ignacio ha recibido varias veces la visita de Leonardo, un cliente muy aficionado a la pesca submarina. Ignacio se entera de que una localidad cercana al hotel se va a celebrar un campeonato de pesca submarina en el que participarán competidores de distintos países. Le envía un correo electrónico a Leonardo, le informa sobre las particularidades del evento y le ofrece sus servicios de alojamiento para esta ocasión especial. Aprovecha la oportunidad para decirle que ha ampliado sus servicios y que ahora cuenta con un gimnasio y sauna y que le sería de mucho agrado contar con su presencia una vez más.

En casos más puntuales, podremos utilizar el envío de mensajes cortos a su teléfono móvil con coste algo mayor que del correo electrónico.

co pero posiblemente, con mayor eficacia. Estas estrategias pueden constituir una diferencia competitiva 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.

Mercados virtuales, una nueva forma de comprar

26

La mejora de la relación con los proveedores es una de las claves para aumentar la competitividad de nuestro negocio. Las empresas 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 distintas opciones 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 produc-

tos en distintas empresas.

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

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.

Fernando durante años se ha enfrentado al siguiente problema: se le acumulan los inventarios, porque se ve obligado a tener un surtido amplio de productos alimenticios que abarquen los gustos de los clientes que habitualmente se alojan en su hotel. Sus proveedores habituales tienen ciclos muy largos de entrega. Un día conversando con un antiguo compañero de estudios comenta el coste que le representa esa inmovilización de recursos con esos elevados inventarios. Su amigo le explica cómo funciona el comercio electrónico, que no solamente acorta sustancialmente el tiempo de

entrega sino que permite tener una información mucho más actualizada de las novedades sobre productos o hábitos alimenticios. Fernando se entusiasma con la idea y comienza, poco a poco, a familiarizarse con este servicio; al cabo de un año sus existencias no solamente han dejado de ser tan elevadas sino que tiene un surtido mucho más amplio de productos.

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.

28

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.

Carmen es gerente de un hotel 4 estrellas desde hace varios años. Su contable le ha estado insistiendo desde hace tiempo que

se hiciera cliente de la banca electrónica pero ella no había hecho mucho caso de sus recomendaciones y fue aplazándolo hasta que finalmente accedió. Ahora está de vacaciones con sus niños, lejos de la ciudad. Al segundo día de estar en el hotel se da cuenta que ha perdido la tarjeta de crédito. Inmediatamente a través de su teléfono móvil se comunica con su banco y solicita la anulación. Al terminar la semana de vacaciones se comunica nuevamente con el banco y solicita efectuar una transferencia a nombre del hotel para el pago de los gastos incurridos durante la semana.

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...

29

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.

34

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.

Otros organismos públicos

36 • 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:

Inici@teOnline de la Junta de Castilla y León

iniciate.es/iniciateonline

38

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

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

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

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

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

www.uned.es

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

Educaweb.com

www.educaweb.com

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

Élogos

www.elogos.es

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

Instituto de Empresa

www.ie.edu

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

IESE

www.iese.edu/es

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

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, la más adecuada para nuestro caso en particular.

40

¿Qué nos ofrece Internet?

1. Información rápida y actualizada.
2. Acceso a mercados virtuales.
3. Correo electrónico.
4. Gestión de trámites 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 producto, 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 productos y/o 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 productos y/o 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 producto a través de la web puede ser la clave para que se decidan a acercarse o no a nuestro negocio.
- 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 empresa haya realizado anteriormente y, si es posible, informarnos de la rentabilidad que esa página ha significado para los clientes de esta

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 y decidir qué contenidos vamos a incluir. Por ejemplo, si el único objetivo es informar a los visitantes de nuestros productos o servicios y nuestros puntos de venta, 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 y productos”, “historia”, “posicionamiento en el mercado”. Este tipo de páginas son más atractivas y prácticas para el visitante, lo que ayudará a que vuelva a visitarnos.

42

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 relaciona-

dos con el comercio electrónico, el intercambio de información entre los socios, actas de reuniones anteriores y el calendario de eventos de la asociación.

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. 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.

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.

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.

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.

45

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 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.

¿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

46

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 o B2B), que se corresponde, en general, con la relación con los proveedores; y las transacciones entre empresas y consumidores finales (Business to Consumer o 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 o B2A) o entre consumidores (Consumer to Consumer o 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 fórmulas como el contra-reembolso, transferencia bancaria o pago con tarjeta de crédito a través de las pasarelas de pago e incluso hasta fórmulas 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 no mantenemos una relación personal con el cliente y, por tanto, no podemos asesorarle personalmente, es interesante incorporar en nuestro sitio una zona de atención al cliente, donde éstos pudieran plantearnos sus posibles dudas

47

Ventajas del Comercio Electrónico,

Para el Hotelero:

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. Apertura a nuevos mercados.

Para el cliente:

1. Acceso rápido a información actualizada del producto y/o servicio.

2. Independencia horaria.
3. Facilidad para comparar precios y características sin adquirir compromisos.
4. 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 de la empresa, 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.

48

Hay todavía una cierta incertidumbre respecto a la legislación que regula este tipo de comercio y por ello 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 Social) 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 Internet.

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 y

su pedido, además de obtener un acuse de recibo que le asegure que su pedido ha llegado al vendedor.

En el caso del comercio electrónico, hay que tener en cuenta además la Ley de Ordenación del Comercio Minorista en lo que se refiere a las compras a distancia.

¿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.

50

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

En nuestra empresa manejamos a diario datos de 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 nuestro comercio, 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.

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

52

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: proteger nuestro ordenador de ataques provenientes del exterior y también ayudar 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.

60

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