

# Taller interactivo: De la Conectividad a la Competitividad

Metodología y contenidos desarrollados por Guillermo Bort y Roxana Bassi.

<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>2</b>
<b>METODOLOGÍA DEL TALLER</b> .....	<b>2</b>
<b>CONCEPTOS</b> .....	<b>2</b>
WEB SITE:.....	3
INTRANET: .....	4
EXTRANET: .....	5
<b>ETAPAS DEL DESARROLLO</b> .....	<b>9</b>
1- ¿QUÉ PROCESOS DEL NEGOCIO VAMOS A MEJORAR? ¿QUÉ NUEVOS NEGOCIOS GENERAMOS CON ESTA INICIATIVA?.....	9
1.1- <i>Visión</i> .....	9
1.2- <i>Misión</i> .....	10
1.3- <i>Concepto estratégico</i> .....	10
1.4- <i>Objetivos</i> .....	11
1.5- <i>Audiencia</i> .....	11
2- ¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS QUE ESTA NUEVA IMPLEMENTACIÓN BRINDARÁ A SU ORGANIZACIÓN? ....	12
2.1 <i>Beneficios estratégicos:</i> .....	12
2.2 <i>Beneficios operativos</i> .....	12
3- ¿CÓMO EVALUAMOS EL ÉXITO DEL PROYECTO?.....	13
4- ¿QUÉ RECURSOS NECESITAMOS?.....	14
4.1 <i>Recursos tecnológicos (conectividad, hardware, software)</i> .....	14
4.2 <i>Recursos humanos</i> .....	15
4.3 <i>Otros recursos</i> .....	15
5- ¿A QUIÉN AFECTAMOS CON ESTE PROYECTO?.....	16
6- PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	17
7- ¿CÓMO INTEGRAMOS EL PROYECTO A LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL?.....	18

## Taller de Internet

### Objetivos

Los objetivos del presente taller son:

- ◆ Desarrollar prácticamente los conceptos expresados en el curso de Internet, aplicándolos a la realidad de tecnología y negocios de CTI.
- ◆ Categorizar los tres tipos de proyectos de Internet según sus características y perfiles de aplicación.
- ◆ Profundizar los alcances de los conceptos de Web Site, Intranet y Extranet.
- ◆ Recorrer los puntos salientes de un plan de desarrollo de proyecto Web Site/Intranet/Extranet.
- ◆ Brindar un marco de discusión y puesta en común de conocimiento con respecto a la implementación de proyectos que tengan a Internet como su base tecnológica.
- ◆ Compartir ideas con otros participantes.

### Metodología del taller

Los participantes se dividirán en grupos predefinidos. Cada grupo de trabajo deberá desarrollar uno de los proyectos planteados, siguiendo la guía de etapas detallada a continuación.

Una vez finalizado el trabajo, el grupo contará con 30 minutos de tiempo para exponer su trabajo ante los demás asistentes, que podrán criticarlo, tomando papeles de un hipotético “Directorio” de la empresa.

Durante el desarrollo de su trabajo, el facilitador estará a su disposición para guiarlos en la toma de decisiones acerca de las características del proyecto.

Dentro del material de ayuda hemos adjuntado material bibliográfico seleccionado que puede servirles de apoyo en el desarrollo de sus proyectos.

### Conceptos

Antes de comenzar a trabajar repase las características del proyecto que van a tener que llevar a cabo. Luego discuta con su grupo los pasos de la implementación dentro de CTI, siguiendo la guía adjunta. Este es un taller creativo: dense la libertad de jugar con su empresa, experimentar con sus recursos y estrechar sus límites.

## Taller de Internet

### **Web Site:**

Definición: creación de un sitio Web, la cara visible de la compañía ante el mundo de la Internet. Elaboren una idea de la información que desean colocar, la audiencia a la que quieren llegar, los objetivos, y además comprendiendo las posibilidades y las limitaciones de la Internet como medio. . Recuerde lo aprendido en el curso de Internet acerca de la Web, sus capacidades, sus debilidades.

### Objeto:

- ◆ Desarrollo de imagen utilizando Internet como medio de comunicación
- ◆ Un medio que permite relaciones de otra índole con nuestros consumidores
- ◆ Complemento y/o reemplazo de otros medios tradicionales
- ◆ Evaluación de nuevos modelos de comunicación
- ◆ Participación en una nueva comunidad
- ◆ Utilización de herramientas que fomentan la relación 1 a 1 con nuestros clientes.

### Atención con:

- ◆ Los contenidos a colocar, su actualización periódica, quién los genera, etc.
- ◆ El desarrollo del **Atractor**: el mismo consiste en un servicio o información que la Institución maneje o conozca y que pudiera dar gratis a la comunidad, y que resulte de interés para la gente. Si el atractor tiene éxito, se convierte en la puerta de entrada de visitantes al sitio, porque simplemente entre los mismos navegantes se van pasando el dato de la utilidad del contenido del sitio. Por ejemplo, el sitio de Telefónica de Argentina utiliza como atractor la consulta en la guía de teléfonos. El atractor debe tener como objetivo atraer a navegantes del perfil que se desea para el sitio, lograr que estos retornen con asiduidad, y generar respuestas
- ◆ El desafío de desarrollar **Identidad** y diferenciarse de los demás
- ◆ Los mecanismos de difusión a utilizar.

## Taller de Internet

### ***Intranet:***

Definición: red interna de la empresa que utiliza tecnologías y protocolos de Internet. Repositorio interno de información corporativa, bajo una interfaz común de fácil acceso.

### Objeto:

- ◆ Mejorar los procesos internos de una empresa
- ◆ Proporcionar herramientas para una reingeniería de las tareas
- ◆ Poner información a disponibilidad de todos los integrantes de la empresa (incluyendo herramientas de búsqueda).
- ◆ Transformar a cada persona en un potencial oferente de información
- ◆ Concentrar y facilitar el acceso a la información

### Atención con:

- ◆ El grupo de editores, que es un grupo de trabajo que define los contenidos a colocar en la Intranet. ¿Cómo se compone? ¿Quién/es lo lideran? ¿Quien actualiza los datos? ¿Como lograr uniformidad de criterios? ¿Existirá una Intranet paralela para los empleados?
- ◆ Las guidelines: documentos que detallan las reglas para colocar información en la intranet y organizar los contenidos. ¿Quién las define?
- ◆ El cliente interno: ¿sabremos atender a sus necesidades?
- ◆ ¿Qué pasa con los celos de la información, las quintitas privadas? ¿Estamos listos para una red interna de datos?

## Taller de Internet

### **Extranet:**

Definición: integración de aplicaciones de negocios utilizando Internet, Intranet y tecnologías cliente servidor. Red amplia de comunicación limitada a los socios de negocios.

### Objeto:

- ◆ Expandir a la empresa más allá de sus límites físicos
- ◆ Utilizar la información como elemento creador de valor
- ◆ Mejorar los procesos de relación con proveedores, socios de negocios y clientes.
- ◆ Permitir acceso con diversos niveles de prioridad y derechos a las empresas relacionadas
- ◆ Fidelizar mediante el uso de información
- ◆ Establecer ¿qué información quiero compartir? ¿Cómo la voy a compartir? Para que la voy a compartir?

### Atención con:

- ◆ El Back Office: ¿cómo vamos a conectar los diversos programas y bases de datos? ¿Cómo compatibilizar los sistemas con los de otras compañías?
- ◆ La confidencialidad y Seguridad. Conceptos de **Firewall**, encriptación y autenticación. ¿Conocemos los riesgos?
- ◆ Los celos y el robo de información ¿Mis socios de hoy, pueden ser mi competencia de mañana? ¿Cómo dar suficiente información sin dar demasiada información?

## Taller de Internet

Guillermo Bort - Roxana Bassi

Página 6

## Taller de Internet

Guillermo Bort - Roxana Bassi

Página 7

## Taller de Internet

Guillermo Bort - Roxana Bassi

Página 8



## Taller de Internet

### 1.2- Misión

Una declaración de principios de los objetivos generales de nuestro proyecto.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 1.3- Concepto estratégico

¿De qué modo el desarrollo de este proyecto potencia nuestras habilidades distintivas (fortalezas y debilidades)? ¿En qué manera respeta los factores de éxito de nuestra industria/sector (amenazas y oportunidades)?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Taller de Internet

### 1.4- Objetivos

Comience con su grupo a analizar el proceso de negocios que desea mejorar, o el nuevo negocio que desea desarrollar utilizando la tecnología de Internet. Algunos posibles ejemplos son: alcanzar nuevos mercados, dar mejores servicios a los clientes, reducir los costos de operación, etc.

Describan también qué características de Internet hacen que esto sea posible (por ejemplo alcance global, bajos costos de conectividad)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 1.5- Audiencia

Piensen a quién va dirigida ésta iniciativa. ¿Qué saben de su *target*: su demografía, su psicografía, su localización geográfica? ¿Cómo se comportan? ¿Qué les gustaría saber?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**2- ¿Cuáles son los beneficios que esta nueva implementación brindará a su organización?**

*Strategic Benefit Analysis:* Identificar y enumerar, a través de todas las actividades de la empresa, los beneficios directos e indirectos consecuencia de la aplicación de este proyecto.

**2.1 Beneficios estratégicos:**

Piensen en aquellas ventajas estratégicas que la solución le representará. Por ejemplo: mayor competitividad, mejor ambiente laboral y menos rutina, relaciones comerciales más estrechas, posicionamiento frente a sus competidores, fidelidad de clientes y proveedores.

---

---

---

---

---

---

---

**2.2 Beneficios operativos**

Analicen los beneficios operativos. Por ejemplo disminución de gastos, reducción de errores de retipeo, más información sobre el estado de su negocio, mejoramiento de tiempos de proceso, mejoramiento de índices de calidad, mejor tiempo de respuesta a reclamos.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---











