

TELAM 1/4/98 - MATERIAL DESDE INTERNET WORLD

PYMES

INTERNET PERMITE A LAS PYMES COMPETIR CON GRANDES EMPRESAS

Buenos Aires, 1 de abril (Telam)- las pequeñas y medianas empresas tienen en Internet la gran oportunidad de competir en igualdad de condiciones con las grandes compañías, siempre y cuando se produzca un cambio cultural en el segmento de los directivos de las corporaciones de menor volumen.

En el marco del Congreso internacional que se desarrolla en Internet World 98, la consultora independiente Roxana Bassi, destacó que la irrupción de Internet como medio transaccional tanto de información como de dinero, implica una modificación en el concepto de empresa que tradicionalmente tienden a entender la información como un bien que si es compartido por los empleados amenaza las posibilidades de éxito particulares.

En cambio la posibilidad de compartir la información genera "nuevas formas organizaciones, compartir proyectos ideas y hasta metodología de venta beneficia a la empresa en un todo"

Como ejemplo menciono que una empresa que decida vender a través de Internet, genera en sus vendedores una sensación de "amenaza" a su puesto de trabajo, pero "la idea entonces sería recomodar ese personal para que sea ejecutivo de cuenta o bien que supervise el trabajo que ahora se realiza vía la red"

Entre las ventajas con que, según Bassi, cuentan las pymes para implementar su comercio a través de la red, mencionó la rapidez de decisión, la simplificación de los procesos, y la eficientización de los cambios, ya que "como es toda la empresa la que está involucrada en el proyecto, el resultado es más visible y eficiente que el que se da en una gran corporación". Entre las desventajas más importantes señaló la falta de una economía de escala que permita llevar adelante un plan de crecimiento asegurado financieramente, la falta de presupuesto y la baja profesionalidad de los directivos.

En ese sentido remarcó que es "inútil" encarar un proyecto de presencia y participación en la red para una pyme si "no hay una cultura de la computadora", es decir si no hay un conocimiento certero sobre la necesidad de los avances tecnológicos y las posibilidades que trae al negocio.

Subrayó también que "toda la empresa debe involucrarse en el proyecto, pues ninguna aplicación

funciona sino se la toma como una parte integral de su estrategia de negocios". Aconsejo a los pequeños y medianos empresarios presente "buscar un nicho" donde especializarse y si es necesario reinventar su negocio, llegar a grupos de afinidad que sean potenciales clientes no con publicidad directa sino con información valida y útil que les permita ser "conocidos".

A su vez, recomendó que los proyectos comiencen "conservadoramente, ahorrando gastos en comunicación al reemplazar el fax y el teléfono por el correo electrónico, pero sean audaces en el crecimiento".

"Tanto las megaempresas como las pymes tienen en Internet un mismo espacio: el tamaño del monitor", concluyó Bassi, como para dar a entender que las posibilidades de "competir con las grandes corporaciones" están al alcance de las pymes "la cuestión es tener la voluntad de llevarlo adelante y no dejarlo caer". (Telam)

asd