

PORTAL.POINT | *El salón prepara su 1ª edición*

# La fuerza de Internet aplicada a la empresa

Los empresarios y ejecutivos encontrarán en Portal.point soluciones para incorporar internet en sus negocios

En el último año, parecía que hablar de internet era remitirse a contar el número de empresas basadas en la red que debían cerrar sus poco lucrativos negocios o el número de profesionales de la nueva economía que eran despedidos día a día. Se ha visto, no obstante, que esta situación de crisis ha sido común a todo tipo de empresas y que la caída de empresas.com era sólo la punta de lanza de una crisis económica mundial. En el panorama de internet se ha pro-

**El Salón destinará 10.000 m<sup>2</sup> a soluciones basadas exclusivamente en internet y en el comercio electrónico**

ducido una criba que ha respetado a aquellas empresas que contaban con planes de negocio adecuados y realistas para un medio que sigue conservando grandes oportunidades para la creación de nuevas empresas y que resulta una herramienta de gran utilidad para cualquier tipo de compañía. Una de estas posibilidades es sin duda "la empresa en red", la coordinación on-line entre empresas que se reparten el proceso de creación, fabricación y venta de un producto o servicio.

## Avalancha tecnológica

Ocurre sin embargo que las compañías no siempre tienen acceso a las posibilidades que un medio como internet puede ofrecerles. Por un lado, porque debe vencerse el recelo creado alrededor de los negocios en la red, y por otro porque las posibilidades tecnológicas aumentan de día en día y al final resulta complicado desenvolverse ante tal avalancha de tecnología, así como saber qué resulta adecuado para nuestro negocio. Es por ello que Portal.point, Salón Internacional de internet y comercio electrónico, prepara su primera edición con un objetivo claro: ayudar a las empresas mediante la aportación de soluciones específicas en materia de internet y comercio electrónico.

El salón se dirige, pues, a un público mayoritariamente profesional. Las soluciones abarcan desde aquellas compañías que todavía no han incorporado las nuevas tecnologías a sus negocios, hasta aquellas que desean optimizar su presencia en la red así como el uso que hacen de ella. Portal.point abrirá sus puertas con la Ley española de Servicios de la Sociedad de la In-

formación y Comercio Electrónico (LSII) como telón de fondo. Una normativa que nace con el objetivo de aportar mayor confianza y seguridad a los actores participantes. La Ley, que tiene su origen en la Directiva Europea de junio de 2000, no entrará en vigor hasta el próximo septiembre, se sigue tramitando en el Parlamento.

## Una oferta bien definida

Con el propósito de asesorar eficazmente al visitante, Portal.point estrena su primera edición con un concepto muy definido de salón, en el que las compañías expositoras se agruparán en sectores claramente diferenciados. Por un lado estarán los contenidos de internet y por otro los servicios en torno a la red. En el primer grupo estarán todas aquellas empresas de contenidos B2B (para empresas) y marketplaces. En el segundo grupo se incluirán los proveedores de acceso y aplicaciones (ISP, ASP), portales de entrada a internet, compañías dedicadas al hosting o al housing, carriers, suministradores de plataformas tecnológicas, empre-



PortalPoint pretende ofrecer soluciones específicas en materia de internet y comercio electrónico

sas de medios de pago, diseñadores web, consultores, organizaciones EDI, bufetes de abogados, inversores, bancos, cajas y entidades inversoras. En definitiva, los visitantes encontrarán en el salón todo cuanto necesiten para implementar en sus propias empresas cualquier tipo de producto o servicio de internet.

## Amplia experiencia

Portal.point está organizado por el Consorcio de la Zona Franca, entidad fundada en 1916 que cuenta con una gran experiencia en la celebración de salones internacionales. En su haber, están tres ferias de gran prestigio en el sector inmobiliario (Barcelona Meeting Point, Marbella Meeting Point y Americas Mee-

ting Point) y una importante feria en el sector logístico (Salón Internacional de la Logística). En esta ocasión, la Feria cuenta con la colaboración de la @ECE (Asociación Española de Comercio Electrónico), entidad que agrupa a más de 200 empresas y que tiene como objetivo potenciar el desarrollo de un comercio electrónico fiable, abierto y fácil.

## ¿Quién visitará Portal.point?

El objetivo de los organizadores es que los ejecutivos y empresarios que acudan a Portal.Point puedan encontrar soluciones y aplicaciones de internet y comercio electrónico para la mejora de la gestión ordinaria de sus negocios

Portal.point está realizando un gran esfuerzo para asegurar la presencia de visitantes profesionales en el salón, a través de una intensa campaña de marketing, centrada en tres acciones:

- Amplio mailing informativo dirigido a empresarios de todos los ámbitos, utilizando las bases de datos de organismos oficiales de empresas colaboradoras que representan a diferentes sectores de actividad.
- Intenso mailing on-line siguiendo las técnicas del permission marketing.
- Campaña de prensa escrita en los principales medios del país, tanto de prensa especializada como de medios de información general.

## La empresa en red

"No hay planes más allá de una semana", ha dicho recientemente Sam Palmisano, nuevo presidente de IBM. En un entorno paranoicamente dinámico, las empresas acaban de descubrir que lo que realmente necesitan es poder responder al mercado en tiempo real, saber hasta qué punto se están cumpliendo las suposiciones de negocio, qué sintonía hay con el mercado, qué innovaciones hay que lanzar en las próximas semanas, qué piden los clientes, qué están comprando y qué no. Tras la "muerte de la distancia" que nos trajo la Red, la nueva generación de tecnologías de la información promete la "muerte del tiempo". La empresa se convierte, pues, en una "empresa en tiempo real" y lo más caliente no es ya la "new economy", sino la "now economy".

Un análisis simple de la cadena de valor de una empresa indica que sus funciones principales son tres: inventar el producto o servicio, fabricarlo y venderlo al cliente. Quizás la pregunta fundamental para los próximos años es si una empresa podrá ser "excelente" (la mejor en su sector) en las tres funciones, o si, por contra, deberá centrarse en la que sea efectivamente la mejor.

Estudios recientes parecen mostrar que las "empresas en red", las que se centran en una de las funciones y se coordinan con otras que realizan el resto, están obteniendo mejores resultados.

Es importante hacer notar que de lo que se habla ahora ya no es de "outsourcing" sin más (externalizar funciones, para reducir costes) sino que el término fundamental es la "coordinación" de los agentes en red. Y se reconoce que se trata de "apalancar las inversiones realizadas por los diferentes agentes de la red". Porque, ¿qué sentido tiene que uno invierta en una infraestructura, por ejemplo, si otro miembro de la red ya lo ha hecho previamente?

Los agentes de la red, las distintas empresas que coordinan sus funciones (inventar, fabricar y vender)

tienen que ser conscientes de que constituyen un "ecosistema", que cada una dispone de un cierto capital en forma de recursos, y que hay que evitar la duplicidad de esos recursos para conseguir un mayor rendimiento, y por tanto, beneficios, para ser compartidos por los miembros de la red. Las TI están pasando de ser meros instrumentos de automatización a convertirse en "palancas" cuyo verdadero potencial consiste en permitir a las organizaciones "recombinar" su capital para hacer nuevas cosas de nuevas maneras. Visto así, una organización es un conjunto de componentes (recursos o distintas formas de capital) que se recombinan de acuerdo con la información del entorno (retos y oportunidades). Para hacerlo posible, es imprescindible que las personas de la organización sepan usar ese input de información para recombinar las piezas óptimamente.

Así, una empresa respondería a la metáfora de "organización Lego", que se nutre de información del entorno para recombinar sus recursos. Y la formación de su gente es la clave para que esa recombinación dinámica, de acuerdo con el entorno, se produzca con garantías de éxito.

Si hay algo que la "nueva economía" ha dejado claro es que "la empresa es información". Éste era el lema que utilicé en mi último libro, y es también la misión que nos imponemos en Infonomía.com: entender cómo se está transformando la empresa a partir del flujo organizado de información. Cómo deja de tener sentido la expresión "sistemas de información en la empresa" frente a la nueva afirmación "la empresa es un sistema de información".

Ahora el tema fundamental es entender cómo podemos transformar la empresa hacia una organización en red.

Alfons Cornella  
Infonomía.com