

**LA
ECONOMÍA
DIGITAL:
LA CLAVE DE LA
ADAPTACION**

INDICE

PRESENTACIÓN	3
LA ECONOMÍA DIGITAL: LA CLAVE DE LA ADAPTACIÓN	4
INTRODUCCIÓN	4
QUÉ ES INTERNET	4
Un paseo por la historia reciente	4
Internet no es sólo tecnología	5
LA DECISIÓN DE ESTAR EN INTERNET	5
La adaptación al entorno	5
Internet, un mercado de millones de clientes potenciales	7
Internet, un mercado de millones de competidores	10
La adaptación de nuestra forma de hacer negocios	11
Internet en la empresa: la brecha tecnológica	12
Internet y los procesos de negocio de las empresas	13
Internet en las transacciones entre las empresas	14
Canales utilizados en las transacciones B2B	15
La previsión de inversión en proyectos Internet	15
La adaptación de la forma de relacionarnos con nuestros públicos	16
El perfil del internauta	16
Las nuevas relaciones con el cliente	17
INTERNET EN LA EMPRESA	20
Definición de Internet	20
Interfaz de Internet	22
Servicios de Internet	24
Aplicaciones en el ámbito empresarial	29
Definición de Comercio Electrónico	30
Tipos de Comercio Electrónico	36
DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE UN SITIO WEB	38
Introducción	38
Diseño de un sitio web	40
Estructura	41
Contenido	42
Mantenimiento	44
Implantación y lanzamiento de una página web	45
Nuevos estándares: XML y WAP	47
RESUMEN	52
CASOS PRÁCTICOS	55
GLOSARIO	57
EVALUACIÓN	62
BIBLIOGRAFÍA	66

PRESENTACIÓN

OBJETIVOS GENERALES

- Analizar la importancia de Internet para la empresa
- Determinar los conceptos usuales de internet
- Aprender a diseñar e implantar un sitio web

METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Este módulo introductorio del curso “Cómo hacer negocios en Internet” se encuentra estructurado metodológicamente en cuatro unidades temáticas:

- QUÉ ES INTERNET
- LA DECISIÓN DE ESTAR EN INTERNET
- INTERNET EN LA EMPRESA
- DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB

LA ECONOMÍA DIGITAL: LA CLAVE DE LA ADAPTACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

El primer paso para crear, desarrollar y poner en marcha una iniciativa en Internet, ya sea una simple página web o un sitio de comercio electrónico, va más allá de la tecnología a utilizar o de los recursos financieros que sostengan el proyecto. Lo primero que debemos tener en cuenta es el medio en sí mismo.

Internet hoy en día es una inmensa infraestructura de información. Su desarrollo es complejo y tiene que ver con múltiples aspectos: tecnológicos, de organización, culturales, etc.

Su influencia alcanza no sólo a los campos más técnicos sino que toda la sociedad actual se mueve, en parte, gracias al incremento en el uso de las nuevas herramientas que permiten el comercio electrónico, la difusión de la información o el arraigo de las comunidades, por decir algunos ejemplos básicos.

No vamos a entrar en exhaustivas definiciones de Internet, ni explicación pormenorizada de sus principales protocolos y tecnologías. Sin embargo, sí es necesario tener claros algunos conceptos técnicos básicos.

1.2. QUÉ ES INTERNET

Internet es básicamente una conexión de ordenadores a gran escala. Estas conexiones forman redes cuyo conjunto se ha dado en llamar “autopistas de la información” y que son la infraestructura que soporta el viaje de millones de datos.

No obstante, las redes, la tecnología y los servicios son sólo instrumentos con los que dar forma a aplicaciones que cubran las diferentes necesidades de la sociedad y que, teóricamente, deben contribuir a mejorar la calidad de vida.

1.2.1. Un paseo por la historia reciente

En sus inicios, Internet tenía un objetivo, fundamentalmente, militar. Su génesis más clara es el proyecto ARPAnet del Departamento de Defensa de los EE.UU., entendido éste como el conjunto de redes interconectadas que sirven a un fin, en su caso, militar y de defensa.

Un repaso por los principales hitos de la historia de Internet puede leerse en la página web de la **Internet Society** (ISOC) en <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>.

La ISOC es una asociación no gubernamental y sin fines de lucro dedicada exclusivamente al desarrollo mundial de Internet.

No obstante, lo verdaderamente relevante para la sociedad, tiene lugar con el nacimiento de la World Wide Web (www) o, simplificado, la **Web**.

En 1989, Tim Berners-Lee inventa la **World Wide Web** (www), acuña el término, crea el primer servidor web (httpd) y los primeros navegadores y editores.

Además, escribe la primera versión de HTML (HyperText Markup Language), que se convierte en el primer formato de publicación para la Web.

A partir de sus versiones iniciales de los protocolos básicos y fundamentales de la Web, comienza el verdadero desarrollo de Internet.

Hoy en día, Tim Berners-Lee lidera el **World Wide Web Consortium** (W3C) que es el organismo internacional que se encarga de, tal y como indica su misión, “llevar la World Wide Web a su máximo potencial mediante el desarrollo de protocolos y guías de uso que aseguren el crecimiento a largo plazo de la Web”.

1.2.2. Internet no es sólo tecnología

Para crear negocios en Internet no es necesario poseer un conocimiento profundo de la tecnología pero sí es indispensable estar dispuesto a cambiar la forma de pensar, estar abierto a nuevas ideas y a evolucionar tan rápido como lo hace el medio.

En los últimos años, no más de diez, se ha producido una verdadera revolución con la difusión de este nuevo medio de comunicación e intercambio de información, el más

importante de los conocidos hasta ahora, por su dimensión, rápido crecimiento y universal utilización.

Ello ha hecho posible el desarrollo de modelos de negocio inéditos o adaptados a la nueva situación, y también ha forzado el cambio de procesos de negocio tradicionales, tanto internos y externos.

Por último, en lo que se refiere a los negocios electrónicos, el uso de Internet se manifiesta con la posibilidad de alcanzar mercados globales, más allá de localismos, con el mismo esfuerzo que si trabajáramos en nuestro entorno más próximo.

1.3. LA DECISIÓN DE ESTAR EN INTERNET

Adoptar la decisión de “estar en Internet”, como habitualmente se describe el hecho de establecer vías de negocio o, simplemente, tener presencia a través de una página web, supone comprender y ser capaz de llevar a cabo, cuando menos, tres **tipos de adaptación**:

- Al entorno.
- De nuestra forma de hacer negocios.
- De la forma de relacionarnos con nuestros públicos.

Vamos a repasar brevemente qué supone cada uno de estos niveles de adaptación.

1.3.1. La adaptación al entorno

Uno de los tópicos a la hora de definir la nueva economía digital se basa en el, relativamente nuevo, concepto de **globalización**.

Internet permite acceder a millones de usuarios, posibles clientes, de todos los rincones del planeta, con lo que, en teoría, nuestro ámbito de negocio se amplía, se globaliza.

Sin embargo, como es una quimera el hecho de que todos los negocios puedan alcanzar a millones de posibles compradores, no sólo por problemas logísticos o de capacidad, quizás deberíamos buscar y emplear otro tipo de términos para definir mejor lo que supone la aparición de Internet en el mundo de los negocios.

Uno de los términos que ha aparecido últimamente es el de “**glocalización**”. Dicho término puede ayudarnos a entender la necesidad de comprensión del nuevo entorno y la posibilidad de adaptar determinados elementos a nuestro ámbito más próximo. Su definición es la siguiente:

“Término acuñado por Ulrich Beck (<http://www.infoamerica.org/teoria/beck1.htm>) hace unos años que se refiere a la cuestión de la localización espacial dentro de un sistema globalizado.