



Seguridad y Productividad en la Sociedad de la Información
**Cuaderno Red de
Cátedras Telefónica**



Cátedra Telefónica
**Seguridad y productividad en
la sociedad de la Información**
Universidad Zaragoza

V Jornadas de Comercio Electrónico: Emprender en internet.

Cátedra Telefónica de la Universidad de Zaragoza

Resumen de las V Jornadas sobre Comercio electrónico celebradas el 23 y 24 de Febrero de 2010, cuyo tema central en dicha edición fue: "Emprender en internet".

Marzo 2010

Biografía



José Luis Salazar Riaño

Nací en Logroño (La Rioja) el 15 de Enero de 1970. Soy licenciado en Ciencias Matemáticas desde 1993 y doctor en Matemáticas desde 1999, ambos títulos obtenidos en la Universidad de Zaragoza. Tras varios trabajos como profesor asociado en las universidades de La Rioja (93-95), Pública de Navarra (98-99) y un periodo como becario (95-98) en la Universidad de Zaragoza, actualmente trabajo en el tema de la Criptografía, seguridad en las comunicaciones y comercio electrónico, en esta última universidad como profesor colaborador del área de ingeniería telemática, ejerciendo además el papel de coordinador de la Cátedra Telefónica desde Septiembre de 2009.

Índice

1. Introducción
2. Planteamiento del negocio
3. El emprendedor
4. La financiación
5. Conclusiones

1. Introducción

Las V Jornadas sobre Comercio Electrónico estuvieron centradas principalmente en dar una orientación a todos los asistentes sobre la formación y el posterior desarrollo de un comercio electrónico, primero hablando sobre las características que compartían con otros negocios y posteriormente centrándose más en el comercio electrónico en sí: la importancia de innovar, sus características más diferenciales, cómo crear un comercio electrónico, la búsqueda de subvenciones y ayudas, etc.

La panorámica que se encuentra un emprendedor en el comercio electrónico es muy dinámica con lo que éste debe tener gran capacidad de adaptación. Actualmente hay que tener clara la gran diferencia existente para comercializar un producto físico o uno tecnológico. Aunque en ambos casos la contratación de una logística adecuada es primordial: el almacenamiento y el transporte se hacen vitales en el caso físico, mientras que el abastecimiento suele ser el más preocupante en el tecnológico. Por otra parte el negocio de productos tecnológicos exigen una "long tail" mucho mayor, forzando a una amplia oferta de productos continuamente actualizados que pueden llegar a exigir una amplia gama de proveedores.

Otra peculiaridad que ofrece el negocio electrónico es la intangibilidad del producto antes de ser comprado. Es una vieja rémora de seguridad en el comercio electrónico que, aunque parcialmente superada, todavía ralentiza su crecimiento. El potencial consumidor necesita una garantía de que lo que va a comprar puede ser devuelto en caso de cierta insatisfacción prevista en las condiciones de venta.

El anterior inconveniente, tiene su otro lado de la moneda en el hecho de que también existen consumidores "enganchados" a las nuevas tecnologías por lo que una buena actualización de nuestro escaparate electrónico garantiza su fidelidad. Por lo tanto, un emprendedor en este tipo de negocios ha de prever que una nueva forma de entrada masiva va a ser el teléfono móvil, y por extensión dispositivos inalámbricos. Con los nuevos móviles y sus sistemas operativos que les dan más funcionalidad, debemos crear unas páginas especializadas para ellos que se caractericen por un diseño limpio y un uso sencillo para facilitar la navegación por la red.

Los comienzos de un emprendedor en general y en Internet en particular, son complicados. Dada su naturaleza, los clientes esperan obtener los productos a un precio menor del que se encuentra en el mercado, aproximadamente un 20% menos, y están dispuestos a pagar un extra por tener los pedidos con mayor rapidez. Sin embargo, esto no ha de ir en perjuicio de la transparencia en la política de precios, ya que los clientes prefieren los lugares con fiabilidad en los precios para luego poder comparar con otras tiendas. Con esto, podemos ofrecer promociones de apertura, pero dejando claro que lo son y no inducir a error a los potenciales clientes.

Siguiendo con la importancia de una buena oferta, otro factor importante es la existencia del precio 0. En los productos tecnológicos es muy habitual hacerlo, y en algunos casos se puede extender a los físicos. La experiencia ha demostrado que el interés de los potenciales clientes va más allá del precio y que éstos pueden hacer cosas increíbles por conseguirlos.

Por último hay que hacer una reflexión sobre las nuevas redes sociales y la relevancia que están tomando en el mercado actual. Su repercusión empieza en los videos para la venta de un producto y la importancia de optimizar su impacto en los buscadores para alcanzar los primeros puestos y ser más eficaz frente a tus competidores. Pero además el uso de estas redes ofrece una información de que puede fluir en ambos sentidos e igualar las fuerzas ante empresas más fuertes haciendo un uso de un "marketing" personalizado conociendo más el perfil de tu cliente.

Todo esto fue ilustrado y detallado en mayor profundidad por el primer ponente, Salvador Pérez Crespo, gerente del observatorio tecnológico de Telefónica.

2.Planteamiento del negocio

La primera necesidad en el planteamiento del negocio es tener una buena idea que desarrollar. A continuación debemos definir un plan de negocio. Crear un comercio electrónico no es crear una página web. Este plan no debe ser una receta mágica, sino que ha de plantearse como una guía dinámica que puede cambiarse y adaptarse a los resultados de su propio desarrollo.

Como primera orientación en la creación de dicho plan empezaríamos con la definición del modelo de negocio: ¿Cómo voy a ganar dinero? A partir de aquí, resulta casi imprescindible una inversión previa de tamaño variable que no siempre (realmente casi nunca) es fácil de conseguir. Esta inversión previa debe ir acompañada de la creación de un buen equipo desarrollador. Es más importante un buen equipo humano que un buen equipo tecnológico, ya que con lo primero podrás sacar lo segundo, pero no al revés.

Todo se resume entonces en: Idea y plan de negocio + Financiación + equipo desarrollador (y por este orden).

En lo referente a la idea, resulta conveniente buscarla en campos de negocio propicios para ello. Responder a la pregunta de cuáles son estos campos es precisamente lo más difícil. De lo escuchado en las jornadas, quizás el que más se acercó a este problema fue Áxel Serena, Director de Be Great y Business Angel de empresas en internet. Los vaticinios de los grandes autodenominados gurús del comercio electrónicos suelen ser poco útiles porque son muy generalistas y cualquier idea se podría englobar en algunas de las posibilidades que ofrecen. Para Áxel resulta mucho más importante la ejecución de la idea, que la propia idea. Sin embargo, admite que hay zonas "calientes" en los negocios de internet, como pueden ser las redes sociales y los contenidos en internet.

Aprovechar las redes sociales en beneficio propio resulta interesante ya que el problema del crecimiento en la red ya lo tendríamos resuelto. Su expansión por todo el mundo es un hecho indiscutible y la proliferación de aplicaciones que cuelgan de las redes también. El sector del juego electrónico está respaldado ya con resultados como "Farm Ville".

La explotación de los contenidos en Internet es un negocio atractivo a la par que difícil. La actualización del contenido ha de ser continua para que no deje de ser atractivo y así atraer a empresas que quieran publicitarse. En este modelo de negocio, el usuario no es el cliente, por lo que se necesita saber quiénes son los potenciales clientes de tus clientes para poder crear contenido a su gusto. Hay gran cantidad de negocios de contenido en los que su fulgurante crecimiento ha sido tan rápido como su caída, por no haber sabido gestionar sus contenidos de una manera racional.

Además del ya citado Áxel Serena, también nos hablaron de sus experiencias en un entorno más local, Pepe Isabal (Fundador de E-tecnia), Ricardo Lop (Fundador de Aceros de Hispania) y José Francisco Aranda (Fundador de Restaurantes-Zaragoza.es). Explicaron todo acerca de su negocio: cómo se les ocurrió la idea, cómo la desarrollaron, qué éxitos y fracasos han tenido, qué aprendieron de ellos y cómo han llegado a estar dónde están. Para ellos las claves del éxito residen en:

- Demanda del producto y del servicio.
- Posicionamiento en los buscadores.
- Precio del producto a la venta.
- Usabilidad de la tienda.
- 100% información real en la web sobre plazos, incidenci, etc.
- Teléfono de asistencia y ayuda.
- Rapidez en el servicio (gestión y transporte).
- Definición detallada de los procedimientos de: venta, actualización de catálogo y gestión de incidencias. Cuanto mejor estén definidos esos procedimientos menos problemas surgirán.

3.El emprendedor

Otro punto a tener cuenta y que fue muy comentado a lo largo de las jornadas es el espíritu emprendedor. Hace falta alguien no sólo con una buena idea, sino que tenga la voluntad de ponerla, en práctica y de seguir buscando nuevas vías de crecimiento. No todas las personas pueden ser empresarios, pues es una tarea muy sacrificada a la que hay que dedicar gran tiempo y esfuerzo, pero si se tiene una buena

iniciativa, se sabe venderla y (por qué no decirlo) un poco de “suerte”, es posible llevarla a cabo y conseguir que funcione, independientemente de lo que sea.

Sobre la existencia y caracterización de un espíritu emprendedor nos habló Ángel María Herrera, fundador de las empresas Bubok, Evoluziona y Mediosyredes.com. Según él, el emprendedor no es una raza y cualquiera puede ser un emprendedor. Pero se le exigirá una actitud muy sacrificada, empezando por la perseverancia. Citando a Ray Kroc, fundador de McDonalds, *“Nada en el mundo puede reemplazar a la perseverancia. El talento no lo hará; nada es más común que los fracasados con talento. El genio no lo hará tampoco; el genio sin recompensa ya es proverbial. Perseverancia y determinación son las únicas virtudes omnipotentes.”* Aunque tampoco hay que confundirlo con el empecinamiento: la perseverancia ha de enfocarse a objetivos alcanzables con medios asequibles.

Otra clave del éxito en el emprendedor reside en su capacidad de relacionarse con los demás y saber aprender de su trabajo. Existen multitud de medios de relacionarse: redes sociales, congresos, jornadas, reuniones corporativas, etc. Hay que aprender a hacerlo con el resto de empresarios que trabajan en el sector, en sectores afines, o en otros complementarios para encontrar sinergias con ellos y así poder solucionar los problemas que nos vayan surgiendo. No es una tarea ni rápida, ni sencilla... ni siquiera existe una receta para poder hacerlo; simplemente hay que trabajar en ello día a día, con paciencia y (como hemos dicho antes) con perseverancia.

Generalizar y dar consejos de éxito al emprendedor resulta prácticamente imposible, sin embargo, sí que se pueden dar consejos de acciones a evitar. Éstas son las que enunció el ponente:

- No confíes en las ayudas públicas: asume que tienes que empezar con tus recursos, si te cae algo será un regalo. Sobre todo porque conseguir las ayudas te llevará un montón de tiempo y papeleos en la mayoría de los casos.
- No empieces sin tener al equipo humano necesario, es vital tener a todas las personas necesarias para empezar. Sobre todo que no te falte un buen financiero...
- No pierdas tiempo, tu tiempo es muy valioso, paga por ello. Por ejemplo, los papeleos a una gestoría.
- Si te hace falta dinero, consíguelo. No empieces si no tienes los fondos necesarios para arrancar y ponerlo en marcha, muchos buenos proyectos han muerto por esto.
- No empieces sin un plan de negocio, sí, es necesario.
- Ten claro cómo vas a ganar dinero y cómo vas a conseguir vender, a todos nos gusta crear cosas pero si necesitas que estas cosas te paguen la hipoteca, asegúrate de que son rentables.
- Crear una web no es montar una empresa

Se insiste en que cualquiera puede ser un emprendedor. La experiencia humana oscila entre momentos mejores y peores; y en un emprendedor esta realidad no cambia, aunque las oscilaciones son más frecuentes y acusadas, por lo que deberá tener cierta resistencia emocional que le ayude a sobrellevar todos estos vaivenes.

En este aspecto, también los conferenciantes locales dieron su particular punto de vista sobre las recompensas añadidas al dinero que se ofrecen al emprendedor:

- Independencia económica
- Experiencia
- Reconocimiento
- Valor residual, por ejemplo publicidad

4. La financiación

Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta un emprendedor es a la búsqueda de financiación, por lo que toda la segunda jornada se dedicó a este tema.

Existen dos naturalezas diferentes de las fuentes de financiación: pública y privada. Empezando por las fuentes privadas, durante las jornadas se citaron dos: Los "Business Angels" y el capital riesgo. Aunque Áxel Serena actuó en la primera jornada, enunciando qué es lo que busca él como "Business Angel" en los proyectos que se le presentan, también enunció en qué condiciones (más o menos) financiaba los proyectos. Primeramente exigía un plan de negocio detallado del que analizaba el modelo de negocio, el equipo desarrollador, las estrategias de lanzamiento, etc. Del capital presupuestado, ellos pondrían un 10% del total, asumiendo su pérdida en caso de fracaso del negocio y reclamando el mismo porcentaje de ganancias en caso de éxito.

Otra fuente privada es el capital riesgo. Sobre este tipo de financiación nos habló Carlos Oehling, presidente de Going Investment Explicó que el capital riesgo consiste en invertir en PYMES (que no cotizan en bolsa) de una manera temporal para ayudarles a emerger. Este tipo de financiación sitúa a España a la cola respecto al resto de Europa. La participación puede ser de 3 a 10 años y con un porcentaje de participación entre el 20% y el 40% para así ser socios en el negocio. Al tener tanto la empresa emprendedora como la empresa de capital riesgo los mismos beneficios y riesgos, es una mejor alternativa a los bancos puesto que la empresa de capital riesgo se implica más.

La actuación de una empresa de capital riesgo comienza por una auditoría a la empresa emprendedora para ver si hay oportunidad de optimizar la rentabilidad de manera satisfactoria y tomar una decisión

positiva en la inversión. Para poder identificar un proyecto emprendedor viable se enunciaron los cuatro pilares fundamentales de la cadena de valor del liderazgo sobre los que se debe basar un buen proyecto emprendedor: competitividad, productividad, rentabilidad y sostenibilidad.

Dada la naturaleza arriesgada de un negocio emergente, resulta natural el poder mezclar varias fuentes de financiación privada. En general, esto lo podríamos ver como un grupo de empresarios con distintas habilidades que unen sus fuerzas para lanzar un proyecto común, estando todos interesados por diferentes motivos. Esto genera un capital inicial mayor y el hecho de tener varios especialistas facilita el trabajo en las distintas áreas. Por ejemplo, si hemos visto que un "Business Angel" financia un 10%, un empresa de capital riesgo un 40%, podríamos encontrar diferentes socios que prolonguen el capital hasta el 100% del necesitado, pudiendo contar para ello incluso con capital público.

Sobre las ayudas públicas a emprendedores trató el panel de expertos de las administraciones públicas formado por Jesús Barón, Consultor de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, M^a Teresa Gálvez, Directora de la Agencia aragonesa para la investigación y el desarrollo (ARAGON I+D) y M^a Pilar Martín, Técnico de la Unidad de Emprendedores del Instituto Aragonés de Fomento. Ellos expusieron los diferentes tipos de colaboraciones públicas que un emprendedor puede encontrar, que van más allá de la simple ayuda monetaria, y que también puede incluir asesoría comercial y jurídica.

5. Conclusiones

Como colofón a las jornadas y cierre de conclusiones de las mismas, se celebró una mesa redonda, denominada "Emprender en Internet: Apoyos y escollos", moderada por D. José Luis Salazar, Responsable de la Cátedra Telefónica – Universidad de Zaragoza y en la que participaron M^a Teresa Gálvez, Directora de la Agencia aragonesa para la investigación y el desarrollo (ARAGON I+D), Pedro Lechón, Responsable de la Cátedra Emprender de la Universidad de Zaragoza, Sergio López, Fundador de IriTec y Antonio Novo, Presidente de IDiA (Investigación, Desarrollo e Innovación en Aragón).

De las preguntas de los oyentes y también de los testimonios de algunos emprendedores, se hizo hincapié en la dificultad de acceder a una ayuda pública, algo que desmentían las ponentes relacionadas con la administración. Estas ponentes incidían que para poder acceder a una ayuda pública el proyecto debe ser rentable y estar fundamentado. Además, según ellas, las ayudas son muy rápidas (aunque depende mucho de la naturaleza de las ayudas, en media defendieron un retraso medio en torno a dos meses) y que para concederlas un grupo de entendidos en el campo las debe estudiar detenidamente.

Como conclusión en este aspecto, es muy útil una ayuda de la administración para llevar a cabo un proyecto emprendedor pero es muy importante disponer de una serie de recursos (bien propios, bien obtenidos por otros medios) para lanzarla porque es complicado acceder a ellas.

Estas jornadas supusieron una gran fuente de información, sobre todo en el entorno académico en el que nos encontrábamos, ya que estábamos frente a un grupo de futuros emprendedores. También tenemos



que destacar la participación en el evento de público empresario joven que interpeló a los asistentes en busca de experiencias que les ayudaran en su aventura empresarial.