

Comision para la Promocion de Exportaciones - **PROMPEX**

Las Tecnologias de Informacion en los Negocios Electronicos

Juan Luis Kuyeng

www.prompex.gob.pe

www.perumarketplaces.com



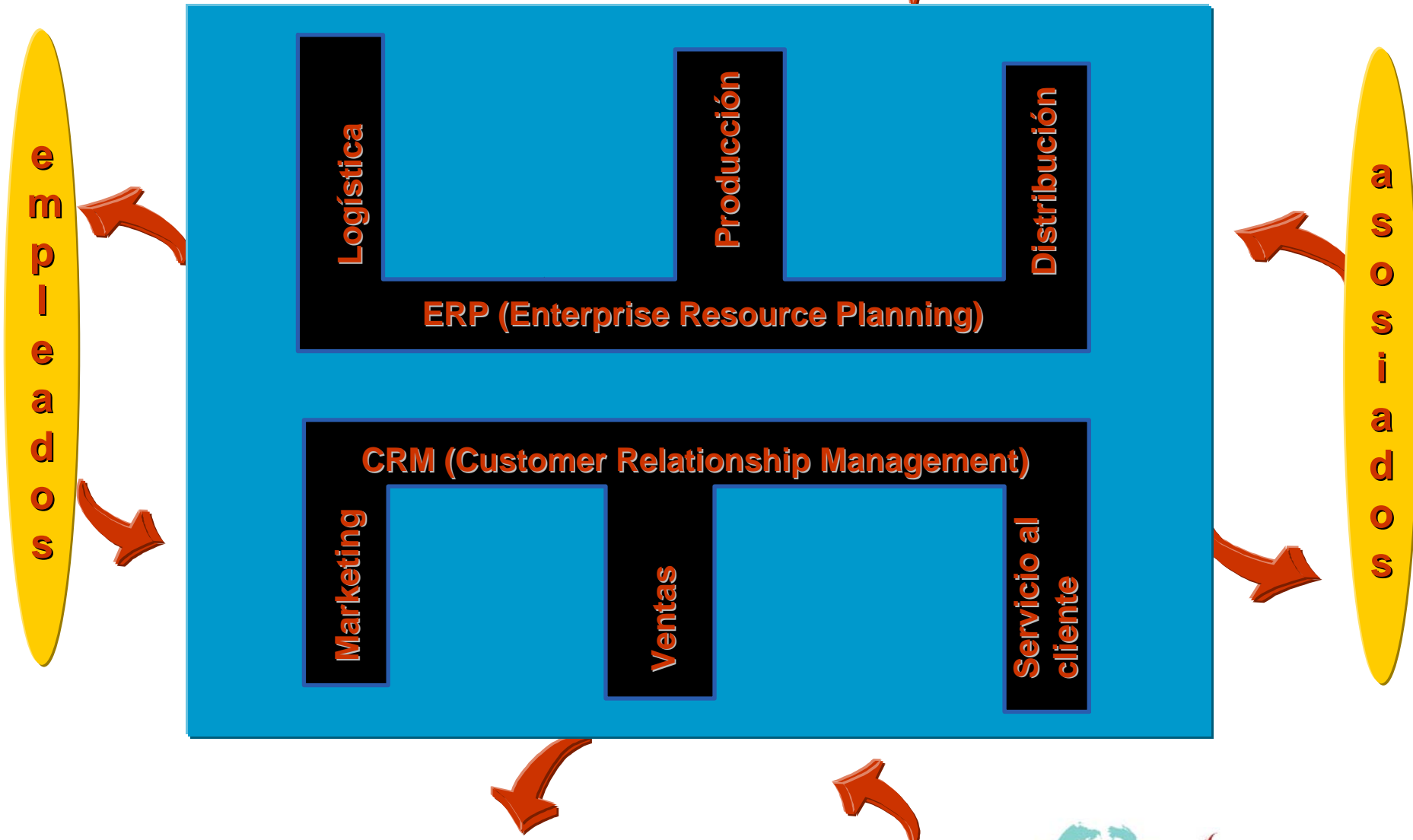
El cambio es evolucionario, no es revolucionario

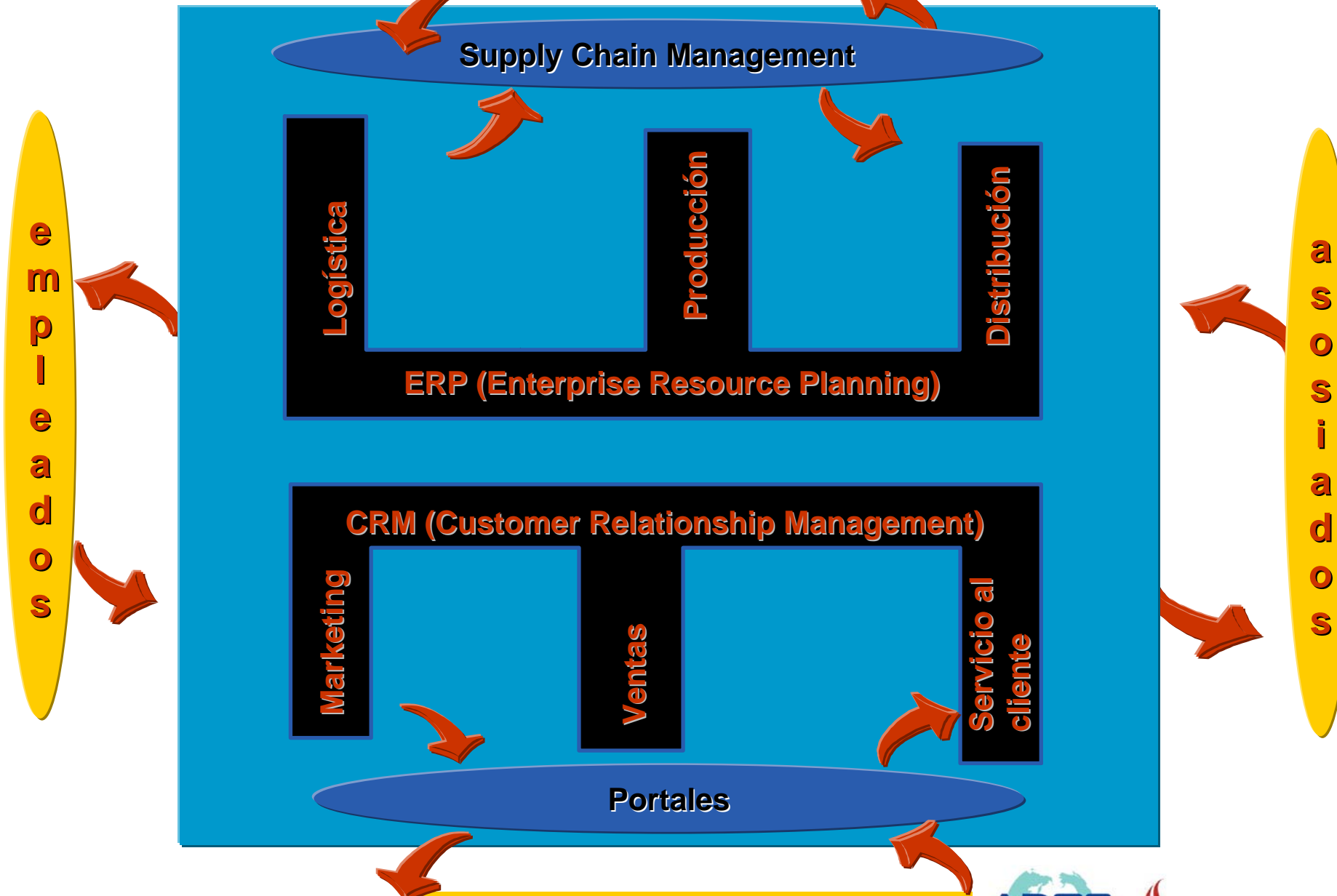
Una oportunidad de desarrollo de exportaciones

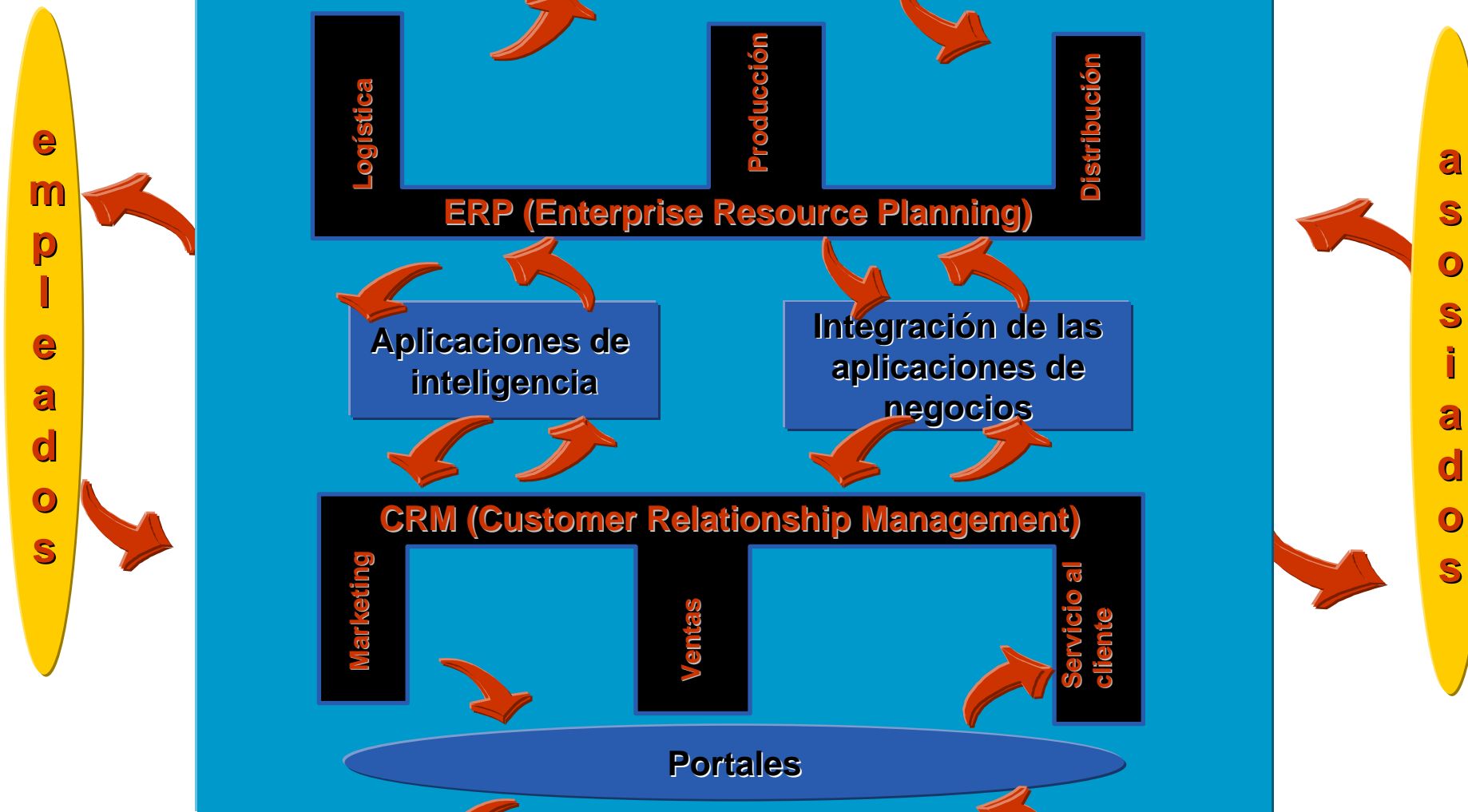
- En 1950s, dijimos que la TV desplazaría las películas, nos equivocamos.
- En 1970s, dijimos que los videos desplazarían a los cines, nos equivocamos.
- En 1990s, dijimos que la venta online mataría a los negocios, nos equivocamos.
- En 2000s, estuvimos diciendo que los marketplaces iban a reemplazar a los proveedores de insumos y materiales, nos equivocamos nuevamente.

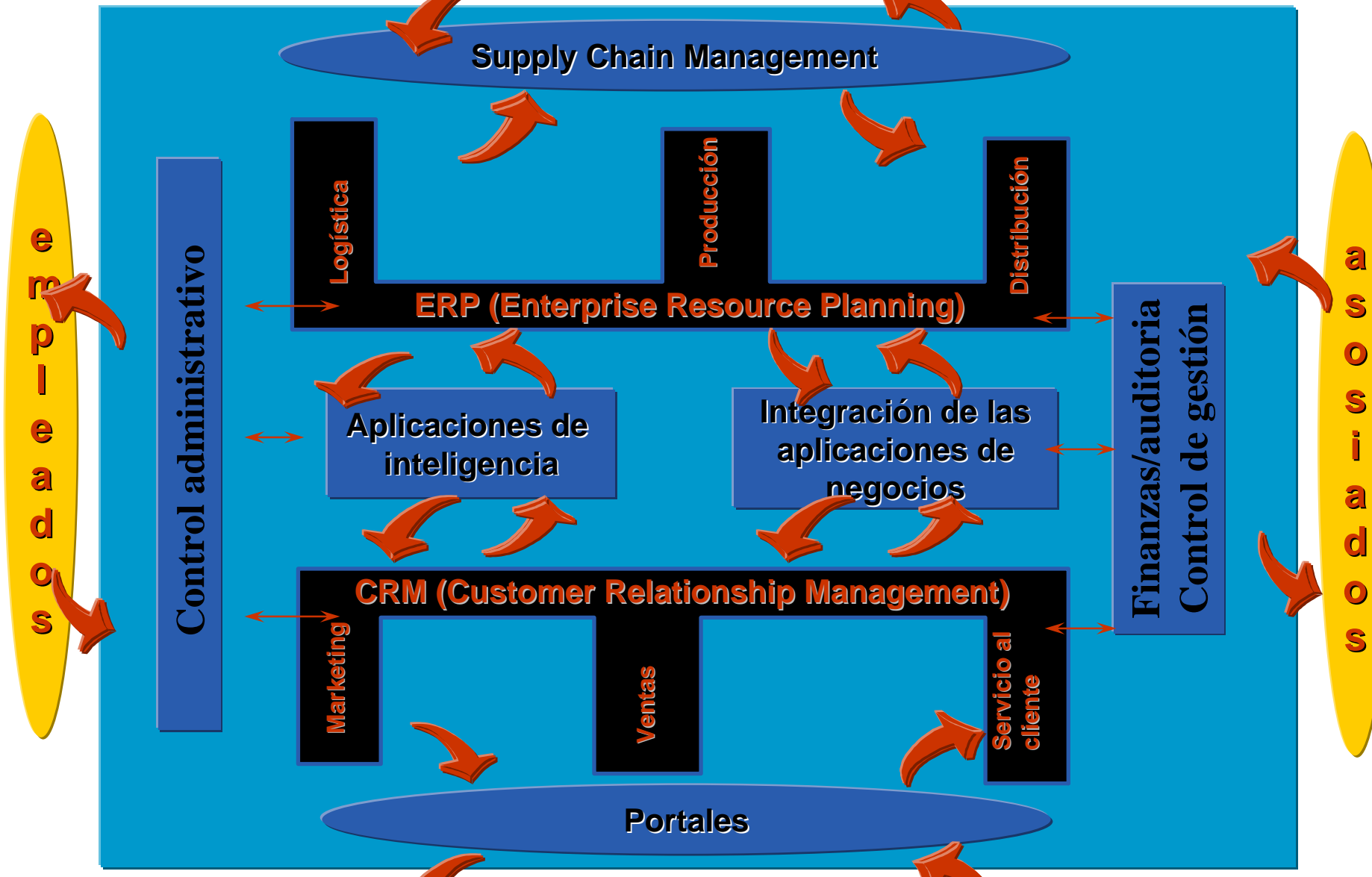
¿las Tics son un buen sitio web?

- Solo es el comienzo
- Luego hay que conectar la empresa al mundo a través de internet
- Pero para ello es necesario integrar el back-office con el entorno
- Tanto en lo físico (la infraestructura) como en el software (la arquitectura de aplicaciones)



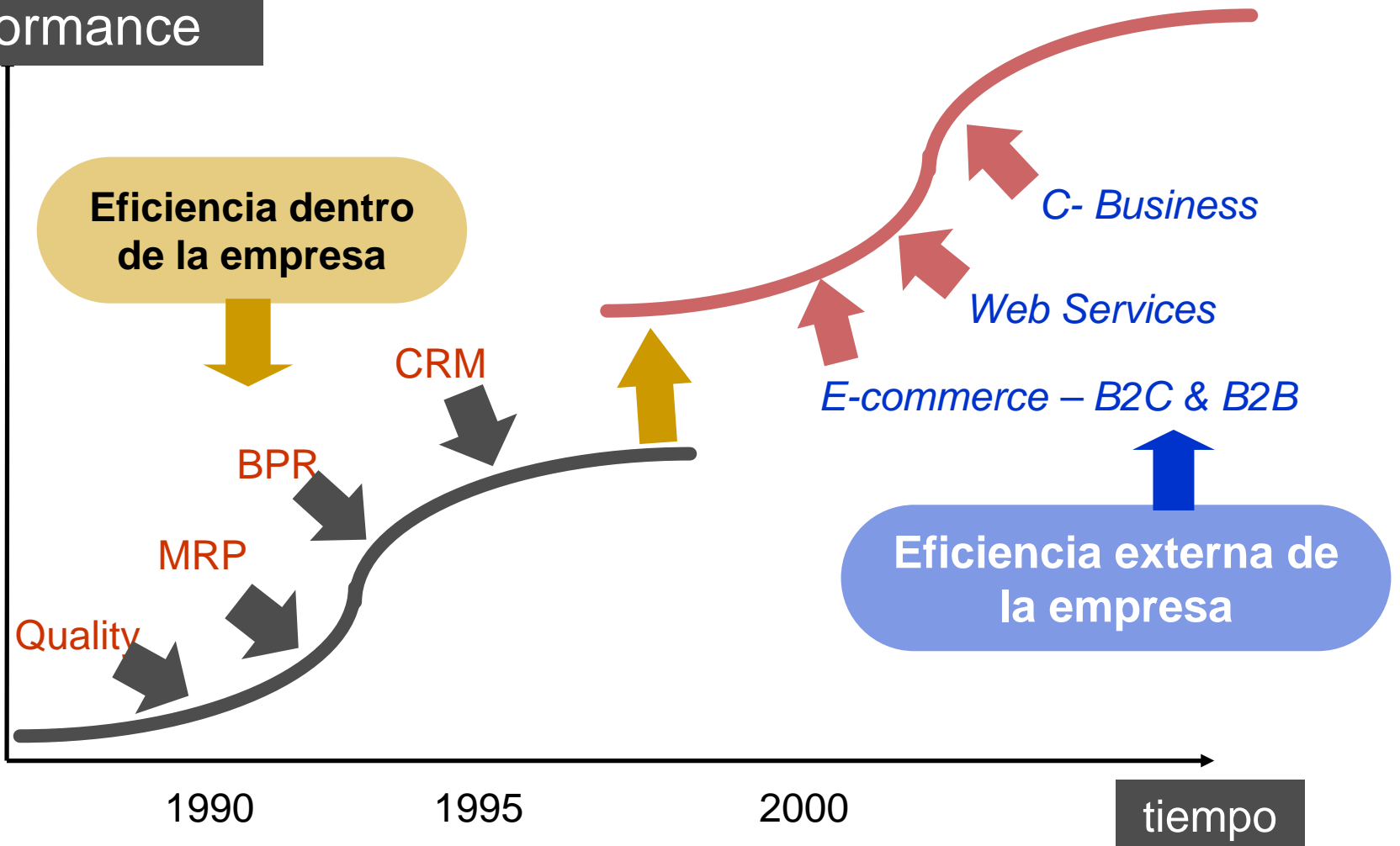






¿Porqué digitalizar la empresa?

performance



Estamos entre dos curvas “S” de productividad

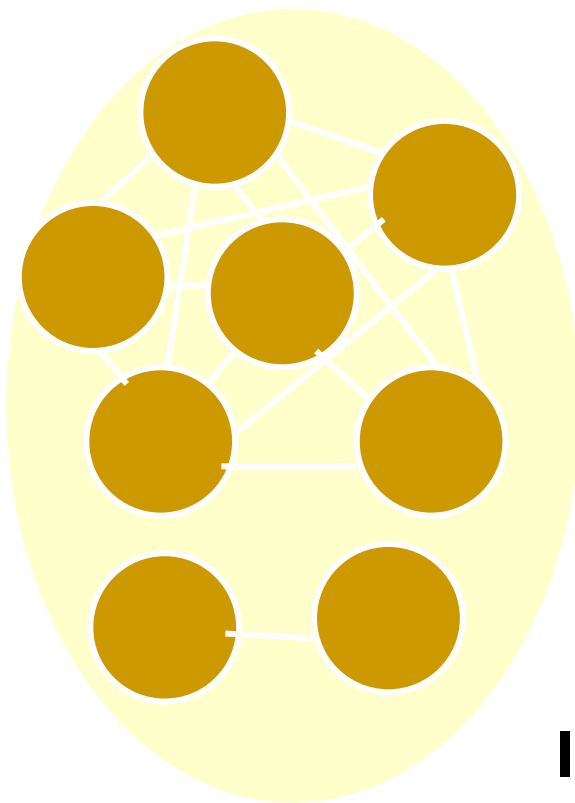


¿Dónde estamos hoy?

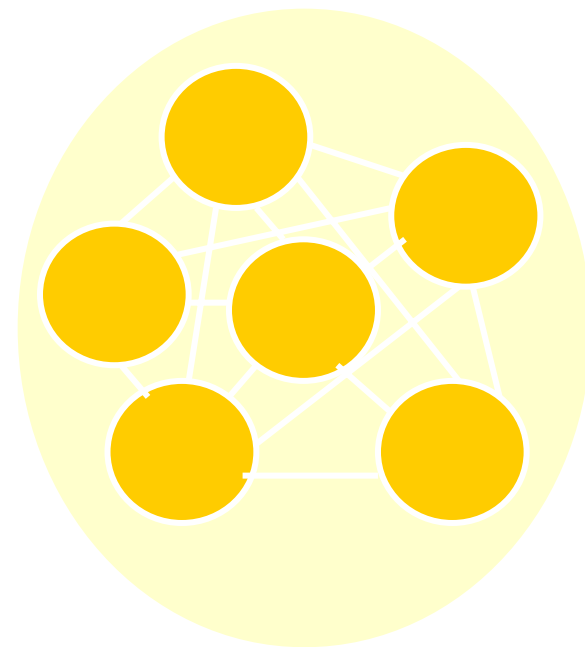


Integración entre empresas

Mercado

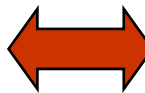
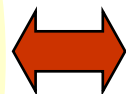


Empresa



**Procesos de
negocios
colaborativos**

**Inter-
empresas
Apps**



Portales

Intercambios privados

Marketplaces

Intranets intercompañías

Integración con los clientes



Los negocios electronicos

Esta nueva forma de hacer negocio, es un modelo disciplinado, una transformación completa de las relaciones de negocio, la manera de gestionar la eficiencia, la velocidad, la innovación y la creación de valor:

e-business

Los negocios electronicos

En la actualidad, es esencial distinguir entre la implementación de un *e-commerce* y un *e-business*, ya que este, también ha sido un factor que ha las empresas no han sabido diferenciar.

El negocio electrónico es utilizar la red para mejorar los procesos de negocios y tener un mejor desempeño, no forzosamente implica vender algo por Internet, como es el caso del *e-commerce*.

¿Qué es e-Business?

- Es el proceso de utilizar las tecnologías Web para dinamizar los procesos, mejorar la productividad e incrementar la eficiencia del negocio, por medio de una comunicación rápida y segura entre las compañías y sus aliados, clientes y proveedores.





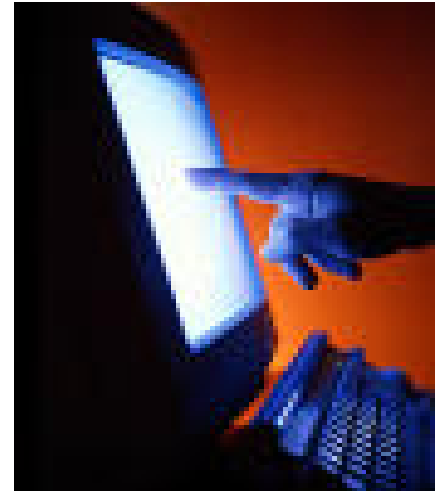
La Transformación e-Business

- Consiste en ir más allá de la aceleración, automatización u optimización de los sistemas del negocio, directamente hacia la entrega de información que acelere, automatice y optimice los procesos de toma de decisiones de los clientes, proveedores y aliados del negocio.



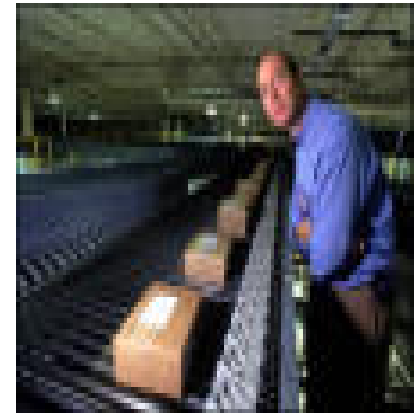
Retos para balancear Integración y Agilidad

- Lo más importante para las compañías que producen tecnología e-Business y para las compañías que la utilizan será asegurarse de que serán capaces de integrar estas nuevas tecnologías en sus arquitecturas existentes , asegurando a la vez modelos de negocio flexibles y adaptables.



1º Retos Estratégicos

- Ya no más énfasis en el uso de tecnologías de la información para automatizar funciones, racionalizar flujos de trabajo y rediseñar los procesos del negocio.



1º Retos Estratégicos

- Más bien, las organizaciones deberán empeñarse en desarrollar su capacidad de adaptación, para ser capaces de redefinir las propuestas de valor de su modelo de negocios en el ambiente rápidamente cambiante del e-Business.



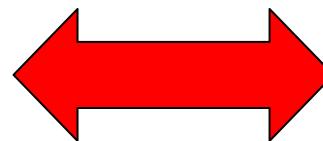
1º Retos Estratégicos

- Entonces, la parte crítica consiste en redefinir los procesos de negocio, bajo los lineamientos de un modelo e-Business novedoso que permita ofrecer propuestas de valor cada vez más interesantes y sorprendentes para el cliente.



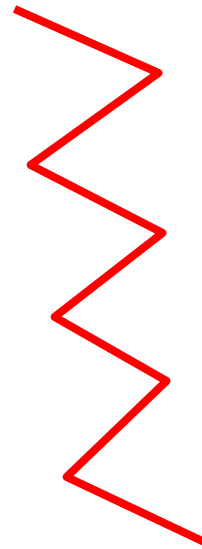
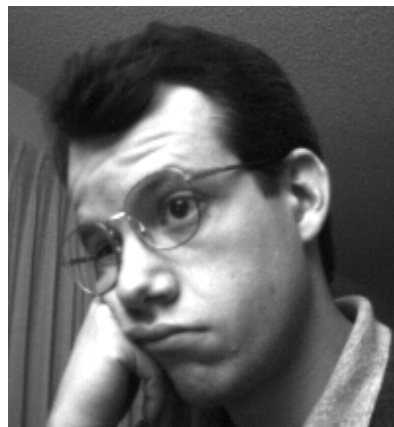
2º Retos de Control

- Se debe motivar a los empleados.
- Y repensar, redefinir los modelos de negocios.



2º Retos de Control

- Las empresas tradicionales estaban basadas en el control.
- Toma de decisiones centralizadas.
- Los empleados se sienten desmotivados.



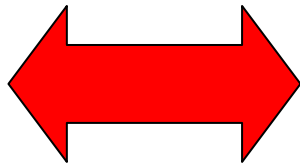
3º Retos Culturales

- Confianza entre los empleados y socios de negocios.
- Promover compartir conocimiento y colaboración.



3º Retos Culturales

- Existen conocimientos duros y blandos.
- Un enfoque bidireccional tiene más posibilidades de convertirse en el elemento clave para transmitir y explotar el conocimiento.



Más Importante

3º Retos Culturales

- El conocimiento como flujo que se renueva permanentemente en entornos cambiantes y dinámicos.
- Acceso a tiempo real al conocimiento de todas las personas de la organización.



4° Retos del Conocimiento



MITO 1 :

Tecnologías de Gestión del Conocimiento pueden distribuir la información a la persona correcta en el tiempo correcto



MITO 2:

Tecnologías de Gestión del Conocimiento pueden almacenar la inteligencia y experiencia humana

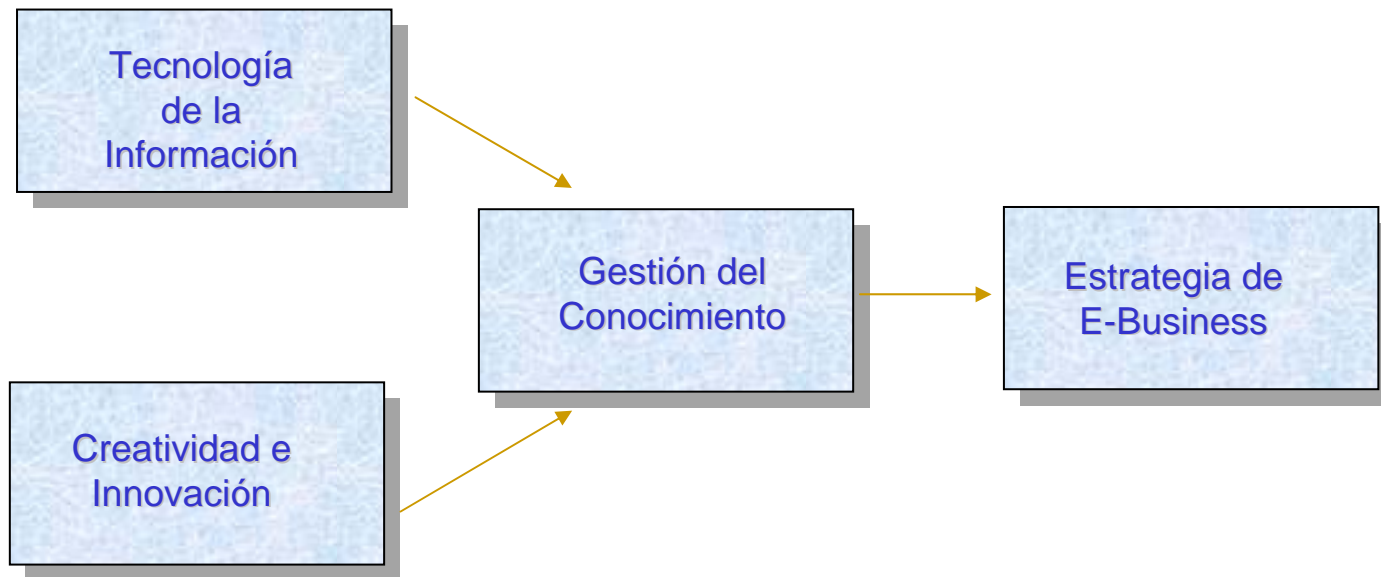


MITO 3:

Tecnologías de Gestión del Conocimiento pueden distribuir la inteligencia y humana

4° Retos del Conocimiento

Gestión del Conocimiento y Estrategia E-business



4° Retos del Conocimiento



Daniel Mordecki

“... La globalización , el cambio permanente, la comoditización, los nuevos competidores, constituyen un marco de oportunidades y desafíos que colocan en una nueva posición del conocimiento”.... 31 de mayo 1999”

Cambia todo

Nuevo Rol del Conocimiento

Sistematizar el saber

5° Retos Económicos



Peter Drucker

“... en la nueva economía, el conocimiento es el principal recurso para los Individuos y la economía. Tierra, Trabajo y Capital no desaparecerán pero serán secundarios....”



Brian Arthur

“..el mundo del rehacer todo será caracterizado por el incremento de los retornos crecientes basados en la Información y en los activos del conocimiento (intangibles)..”



Tom Stewart

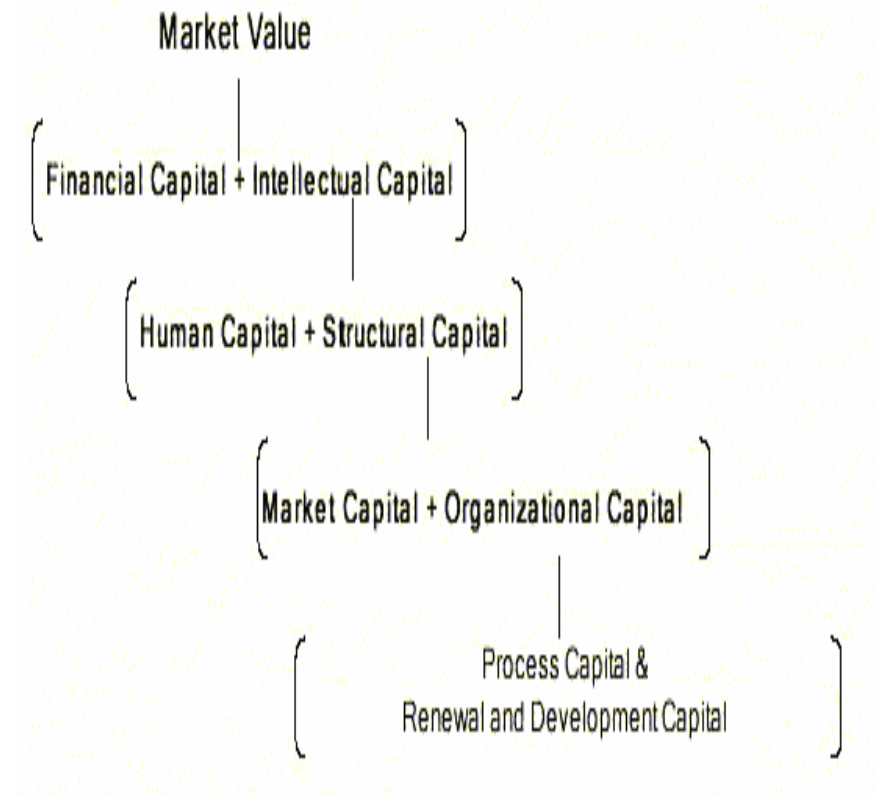
“..el éxito de las Compañías net y otras compañías como Microsoft, es atribuido por el incremento de los retornos crecientes (Capital Intelectual:La Nueva Riqueza de las Organizaciones)”

5° Retos Económicos

En el contexto organizacional del capital intelectual, mientras el capital financiero refleja la historia y logros de la organización en el pasado:

1. **Producción y Mercadeo de Capital** son componentes en el cual las actuales organizaciones están basadas;
2. **Renovación y Desarrollo del Capital** determina como una organización se prepara para el futuro ;
3. **Capital Humano** depende del Capital Intelectual. Esto está ubicado en las capacidades, experiencias y sabiduría de la personas y representa la palanca necesaria que permite la creación de valor de todos los demás componentes

Componentes del Capital Intelectual
(Basado de Edvinsson & Malone, 1997)



Knowledge Assets in the Global Economy: Assessment of National Intellectual Capital

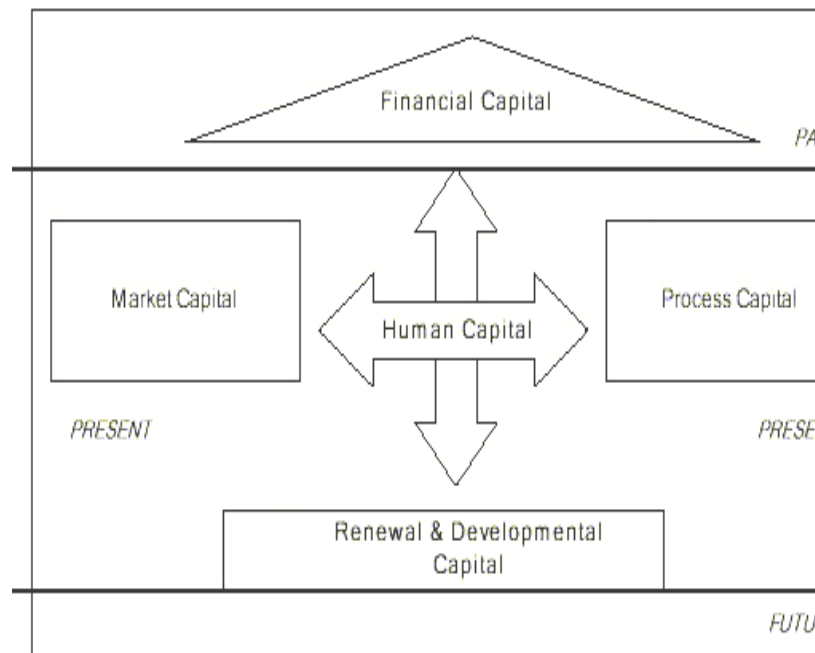
Journal of Global Information Management

July-Sep, 2000, 8(3), 5-15.

5° Reto Económicos

Los activos de conocimiento o capital intelectual pueden ser descritos como los activos “ocultos” de una organización que mantiene su crecimiento, provisiona su crecimiento y se conduce a mantener el valor sostenido. Hay un incremento en la realización de la gestión del conocimiento como clave que conducirá a la riqueza de la organización, el líder de innovación y aprendizaje, será tan bueno como el PBI de una nación. La importancia del incremento de los activos de conocimiento y el capital intelectual han sido la mayor atención no solo de los CEO's de las compañías sino también para las políticas de marketing, hacia los indicadores no financieros o crecimiento futuro.

Capital Financiero y Capital Intelectual (basado de Edvinsson & Malone, 1997)



Transición al mundo de E-Business

Transición al mundo de E-Business

	Era Industrial	E-Business
Estrategia	Predicción	Anticipación a sorpresa
Tecnología	Convergencia	Divergencia
Administración	Conformidad	Auto-control
Conocimiento	Utilización	Creación y Renovación
Productos	Tangibles	Intangibles
Organización	Estructurada	Final del Caos

6º Retos Estructurales

Independientemente del negocio en el que se esté, la empresa compite apoyándose en la experiencia de sus empleados, el conocimiento reside principalmente en las personas, procedimientos y experiencia colectiva y se manifiesta a través de la propia organización del trabajo.

Los Retos Estructurales consisten en establecer recursos y prácticas para conseguir los objetivos empresariales.

6º Retos Estructurales

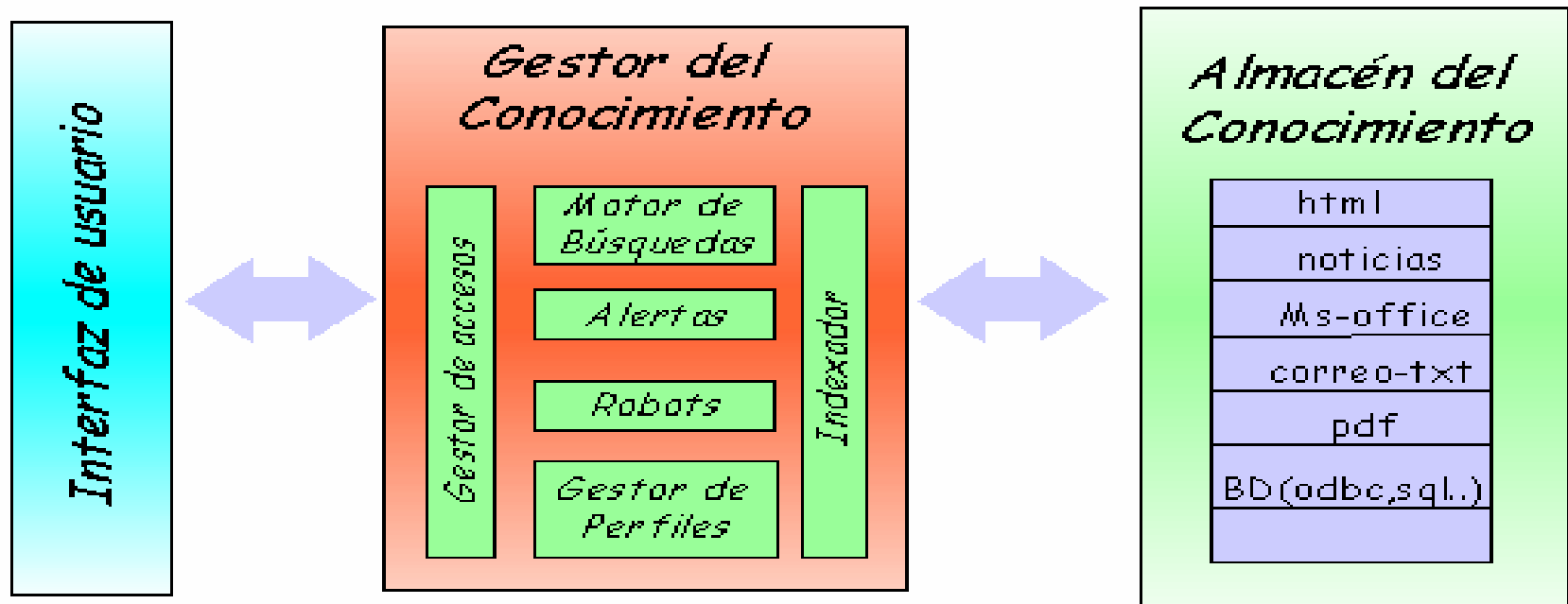
Captar información del entorno, seleccionar la que se considere relevante para el negocio, difundirla en el seno de su Organización y utilizarla como herramienta en la toma de decisiones, es decir, un sistema organizado de observación y análisis del entorno, seguido de una eficaz circulación interna y utilización de la información para la toma de decisiones.



6º Retos Estructurales

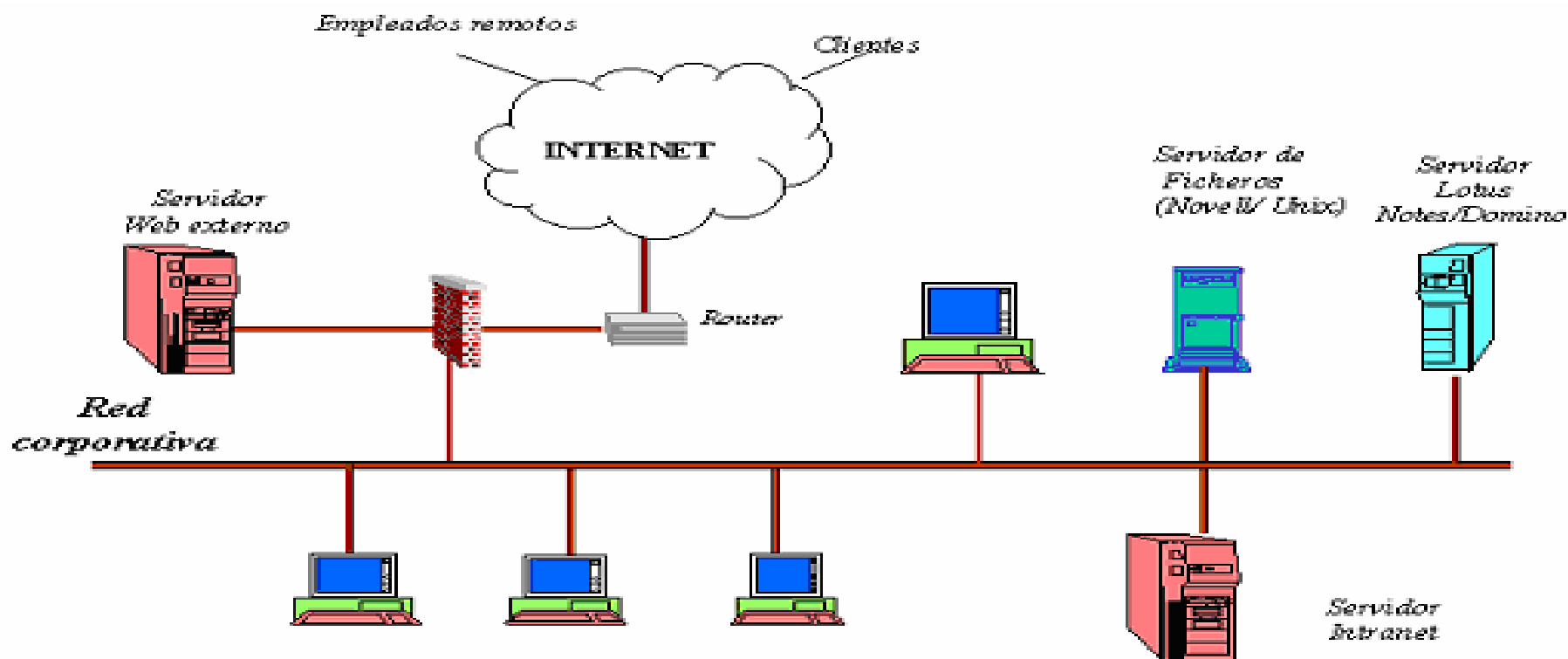
El motivo de la existencia de la Estructura Tecnológica es que la empresa posea una herramienta para comunicar, colaborar, y coordinar el conocimiento, la transferencia de habilidades, etc., y que todo esto se traduzca en un aumento de la productividad, innovación en la empresa y mejor posicionamiento con respecto a la competencia.

Se contemplan los siguientes componentes:



6º Retos Estructurales

En el siguiente diagrama se refleja la infraestructura de una empresa. Partimos de que el GC va a emplearse en el conjunto de una intranet. Los usuarios tiene a su disposición distintos almacenes de datos, bien en los servidores de ficheros, bien en el servidor Web, en las distintas base de datos corporativas, en los correos y noticias que generen y por supuesto, si tiene conexión a Internet los documentos a los que tenga acceso.



7º Retos Administrativos

Si se aplica el conocimiento a tareas que ya sabemos cómo hacer se llama productividad, si aplicamos el conocimiento a tareas que son nuevas y diferentes se llama innovación"
(Peter Drucker).

Creatividad e Innovación son dos palabras que van de la mano. La idea de que una "organización" creativa o innovadora tiene más posibilidades de alcanzar la excelencia goza de aceptación universal, pero lo cierto es que en la práctica pocas organizaciones logran traducir la teoría en la práctica.

7º Retos Administrativos

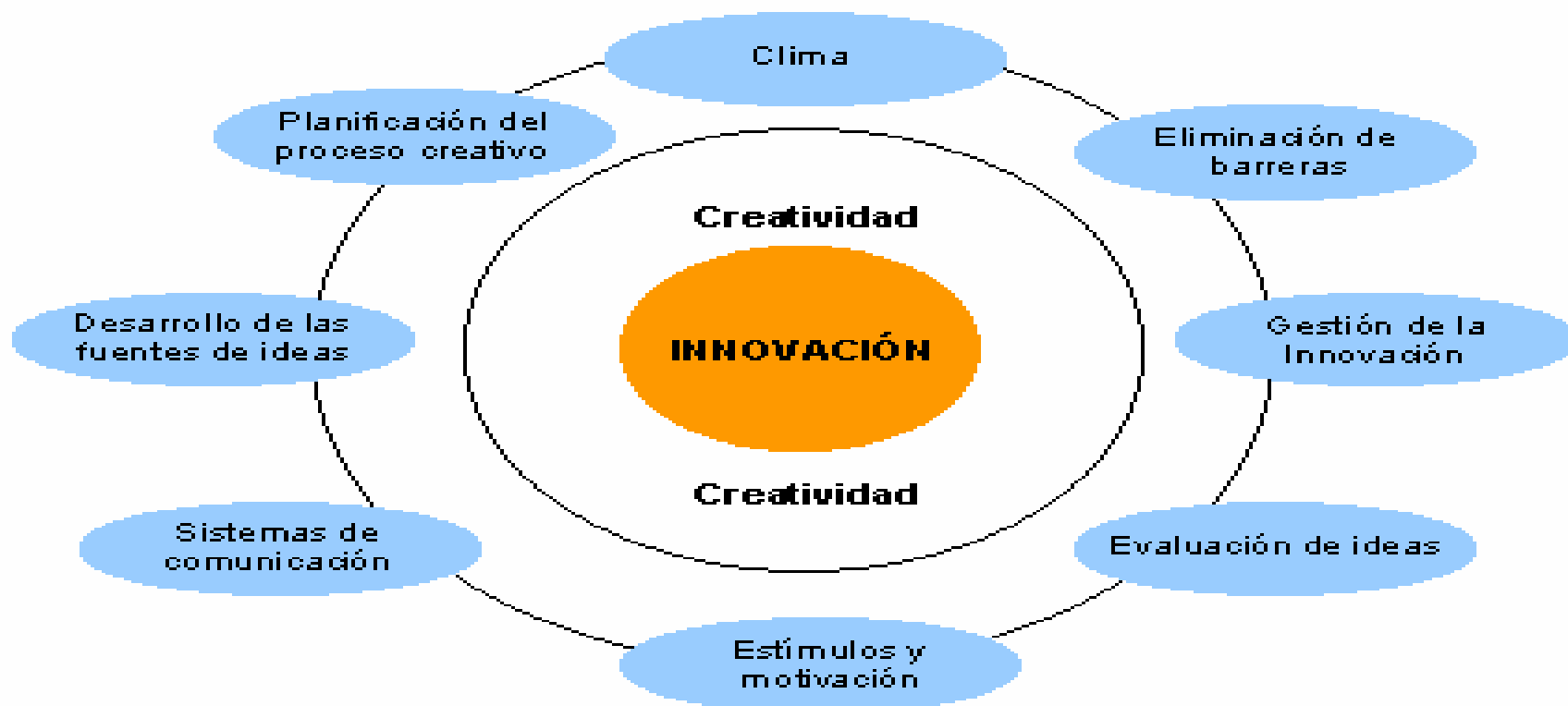
Para el desarrollo y mantenimiento de un espíritu dinámico de creatividad combinado con un sistema eficaz de innovación, es necesario que se den los siguientes requisitos:

- El clima para el pensamiento creativo debe de ser el apropiado.
- Debe existir un sistema eficaz de comunicación de ideas en todos los niveles
- Debe de haber procedimientos para gestionar la innovación



7º Retos Administrativos

La "innovación" no se produce por sí sola. Debe ser gestionada, alimentada y controlada de forma sistemática.



Los negocios electronicos

Para lograr esta transformación, este negocio electrónico, se necesita una serie de tecnologías como son:

- ERP
- SCM:
- CRM
- KM
- BI

Tecnologías de información para e-business

- **CRM**, Administración de la Relación con el Cliente (*Customer Relationship Management*). (Siebel2,2003).
- **SCM**, Administración de la Cadena de Suministros (*Supply Chain Management*), (Larson, 2001).
- **BI**, Inteligencia del Negocio, (*Business Intelligence*). (Raymond, 2003).
- **KM**, Administración del Conocimiento, (*Knowledge Management*), Allard Suzie y Holsapple Clyde (2002).
- **ERP**, Planeación de los Recursos Empresariales (*Enterprise Resource Planning*), (Kuei Chu-Hua, 2002)

CRM, Administración de la Relación con el Cliente (*Customer Relationship Management*).

Es una metodología para identificación, adquisición y retención de clientes, permitiendo a organizaciones administrar y coordinar interacciones de cliente a través de canales múltiples, departamentos, líneas de negocios y geografía.

El Software de *CRM* proporciona una gran cantidad de beneficios a la organización como por ejemplo, mantener una relación estable con la cadena de relación de clientes, otorgando un mayor resultado, con menores costos, entregándolos en el tiempo acordado y con una alta calidad.

CRM, Administración de la Relación con el Cliente (*Customer Relationship Management*).

Es una metodología integrada para identificación, adquisición y retención de clientes, permitiendo a las organizaciones administrar y coordinar interacciones de cliente a través de los canales múltiples, departamentos, líneas de negocio y geografía.

SCM, Administración de la Cadena de Suministros (Supply Chain Management).

Es la identificación y administración de la cadena de suministros específica, que son críticos para las operaciones de compra de una organización.

La administración de la cadena de suministros, puede y debe jugar un rol vital en la administración de los procesos de la cadena de suministros que pertenece a los proveedores.

SCM, Administración de la Cadena de Suministros (Supply Chain Management).

Es muy probable que éste término puede no estar tan de moda como los e-términos y los i-términos, sin embargo la administración de la cadena de suministros se desarrolla para soportar los nuevos modelos de negocios incluyendo las maneras innovadoras de acoplar al cliente, administrar los riesgos, dirigir la información, las finanzas y deliberar el entusiasmo del producto para la practica continua de mejora continua.

BI, Inteligencia del Negocio, (Business Intelligence)

La Globalización, la internacionalización de los mercados, la nueva economía y los negocios electrónicos, son una interrelación de fenómenos los cuales emergen con retos de nuevas actitudes de supervivencia y de adaptación.

Por lo tanto, resulta esencial detectar las tendencias y entender las estrategias que provienen de una economía global de conocimiento, esto es, actividades de la inteligencia de negocios por la cual los ambientes económico, tecnológico y social son explorados.

KM, Administración del Conocimiento, (Knowledge Management)

KM (Knowledge Management, Administración del Conocimiento), define que para estudiar sistemáticamente, desarrollar y aplicar tales tecnologías para el negocio electrónico, es esencial adoptar una perspectiva que de una representación bastante comprensiva de la administración del conocimiento.

KM, Administración del Conocimiento, (Knowledge Management)

En una economía global, obtener ventajas resulta de una adecuada administración del conocimiento de la empresa. Esto se refiere a Administrar tres aspectos principales que son **las personas, los procesos y la tecnología.**

Es por ello que las empresa se han dado cuenta que el conocimiento que se encuentre en sus empleados es un recurso sumamente importante para la empresa y por ende, puede y debe ser administrado.

ERP, Planeación de los Recursos Empresariales (Enterprise Resource Planning)

La tecnología, particularmente el Internet y el ERP, permiten a las compañías desarrollar nuevas formas para hacer y mover productos, para administrar los procesos de negocios en todos los niveles y comunicarse con clientes y/o proveedores en tiempo real.

ERP, Planeación de los Recursos Empresariales (Enterprise Resource Planning)

El ERP es un enfoque estructurado para optimizar la cadena de valor interna de una compañía. En otras palabras, ERP dentro de la organización lo que hace es organizar, codificar y estandarizar procesos y datos de negocios de la empresa.

CONCLUSIONES

- Los negocios actualmente son el resultado de un cambio drástico de su forma de realizarse, de la manera de pensar, de la manera de actuar, de su forma de relacionarse, de vivir.
- El negocio electrónico no es una alternativa, es un **hecho imperativo**, hecho que cada empresa, cada organización debe buscar y lograr, podemos decir, una meta que es indispensable alcanzar, sin embargo esta meta amerita una estrategia que permita el desenvolvimiento del mismo.

CONCLUSIONES

- Para lograr esta meta, es utilizada una serie de tecnologías que permiten el logro del mismo, estas tecnologías son, CRM, SCM, KM, BI y ERP. Sin embargo, hay que ser muy cautelosos, ya que no existe una “receta de cocina” que se utilice para guiar a la organización para implementar un negocio electrónico ya que cada negocio es una historia distinta.

CONCLUSIONES

- La realidad es que toda empresa, **de cualquier tamaño**, en cualquier industria y lugar del mundo tiene que cambiar su manera de hacer negocios, reconocer que Internet es la fuerza principal que comunica tanto a las empresas como a las personas.

Muchas gracias

www.prompex.gob.pe

www.perumarketplaces.com