

## **Cómo montar un negocio en Internet**

*Cintia Perazo*

Actualmente, más de once millones de argentinos antes de comprar un producto o servicio consultan por la Web, y el 60% de esas pesquisas termina en una transacción concreta por canales tradicionales.

Estos número son alentadores, pero al instalar un negocio en Internet hay varios factores que deben tenerse en cuenta para no morir en el intento. Suena exagerado, pero basta recordar que en 2000 aparecían todos los días nuevas empresas en la Red, muchas de las cuales han desaparecido.

"La mayoría de las compañías online que fracasaron no tenía un modelo de negocios real. Internet no hace magia, es un canal que en muchos casos aporta eficiencia", asegura Martín Rastellino, vicepresidente de Operaciones para toda la región del sitio especializado en viajes y turismo Despegar.com

Según Rastellino, tener un negocio con fundamentos ciertos y reales es el primer requisito para tener éxito en el mundo online. En segundo lugar, el interesado debe saber que más importante que hacer un negocio en Internet es hacer un negocio que tenga un valor agregado para presentar a sus potenciales clientes. "Por último, debe cumplir con las promesas y brindar un buen servicio de atención al cliente. Si el negocio no tiene bien resuelto esos aspectos no va a funcionar", sostiene el ejecutivo de Despegar.com

Desde el Grupo Ilhsa, propietaria de Yenny, El Ateneo, Editorial El Ateneo y Tematika.com, Darío Wainer, gerente de Canales Alternativos, recomienda ante todo verificar que el proyecto cuente con un modelo de negocios que tenga sentido y una propuesta de valor que podrá ser adoptada por los usuarios a los que se orienta el producto o servicio.

### **Para tomar nota**

Los entrevistados brindaron una guía o consejos para tener en cuenta al instalar un negocio en Internet. Entre las principales claves enumeradas por las compañías que ofrecen productos online se destacan:

Generar confianza en el consumidor.

Brindar información clara, precisa y con un diseño atractivo.

Proveer las herramientas y funciones apropiadas para la elección y compra. Pocos clics y sólo los necesarios para realizar la compra.

Precio competitivo, adecuado al mercado y servicio diferenciado. Actualmente comparar precios en Internet es sencillo, entonces la diferenciación del servicio es clave. Debe despegarse del commodity para que el consumidor no se detenga sólo en la variable precio.

Ofrecer formas de pago alternativas y confiables. Los usuarios valoran las opciones tanto como la comodidad y confianza en el medio de pago.

### **Obstáculos en el camino**

Respecto de las principales dificultades que en su momento debieron enfrentar, la gente de Despegar.com destaca las barreras culturales. "Este es el obstáculo más difícil de sortear, es aún mayor que el tecnológico. Luego se encuentran los métodos de pago y entrega. En Estados Unidos funcionan muy bien, pero en nuestro país todavía no están muy desarrollados. Y la tercer dificultad es la desconfianza del público, fruto de que se trata de un nuevo mercado, y la gente le teme a lo nuevo", dice Rastellino.

Al mismo tiempo, Marcos Pueyrredón, presidente de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), aclara: "Los aspectos tecnológicos, impositivos, legales, logísticos y operativos han avanzado muchísimo con respecto a dos años atrás. Casi todos los obstáculos están superados y los que no, tienen soluciones al alcance de la mano. Los negocios por Internet son una realidad probada que genera beneficios económicos tangibles en la mayoría de las industrias y los sectores de la economía en la Argentina, principalmente en las pymes y los microemprendedores".

Antes de concluir, Wainer resume: "La mera presencia online no garantiza el éxito comercial, si no se aplica un modelo acertado o no se lo gestiona correctamente".

**La Nación, Buenos Aires, 24 out. 2008, Tecnología, online. Disponible em: <<http://www.lanacion.com.ar>> Acceso em: 24/10/2008.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins acadêmicos.