

Keep moving, keep moving'

Patrizia Zolezzi
Ingeniera de sistemas

John J. Donovan, guru en los negocios electrónicos y responsable del éxito de muchas compañías en Internet, recuerda que el día de su graduación en la Universidad de Yale, el presidente de la compañía Brewster le dio las palabras claves para obtener éxito en cualquier nivel, desde el personal, corporativo hasta el global: mientras los estudiantes hacían fila para recibir el título Brewster les decía "keep moving, keep moving, keep moving".

Esta es la premisa básica de su libro *The second industrial revolution: business strategy and Internet technology*, argumentos que compartió recientemente con empresarios en Costa Rica durante un seminario denominado "Negocios electrónicos a la velocidad de Internet", organizado por Oracle.

Para Donovan, el éxito de una firma depende del desarrollo y la implementación de la estrategia de negocios y sin duda este éxito lo han logrado aquellas compañías que concretan estrategias innovadoras que van mucho más allá de agregar valor a productos y servicios existentes.

Estas novedosas estrategias introducen cambios significativos en los mercados y separan a las empresas con éxito sostenido de las enfocadas en operaciones actuales, que aunque exitosas en el presente, podrían perder a futuro su posición en el mercado.

Si las firmas aplican criterios como el análisis de retorno de inversión (ROI), las estrategias muy innovadoras no serán aprobadas y no llegarán a implantarse.

Estos criterios son muy valiosos para evaluar proyectos más tradicionales con costos y beneficios conocidos, y por lo tanto cuantificables.

Las estrategias dan ventaja competitiva al ser implantadas exitosamente; para esto se requiere liderazgo gerencial con una visión muy clara sobre la dirección futura de la empresa y un adecuado proceso de administración del cambio organizacional.

Reinventando

Donovan presentó casos reales. Elabo-

ró una estrategia electrónica de Internet para la compañía Dos Pinos, tomando como base la estrategia existente y demostró algunos puntos que esta empresa podría implementar en su estrategia electrónica de mercadeo y ventas, para obtener mejores beneficios.

Algo similar realizó con el la página web del Grupo Taca y demostró que Internet cambia la forma de hacer negocios.

Realmente fue sorprendente observar la gama de oportunidades con que se cuenta hoy para incursionar en los negocios electrónicos, al aprovechar la interconexión global a través de Internet y la disponibilidad comercial de la tecnología informática existente, con el objetivo de ampliar sustantivamente nuestros mercados y mantener la base de clientes, mejorando la oferta de productos y servicios.

Es importante contar con una visión estratégica de los negocios actuales para mantenerlos, hay que ajustarlos a las demandas de los clientes e introducir estrategias de cambio significativo que marcarán la pauta en los mercados del futuro, para asegurar la permanencia de las empresas en el entorno altamente competitivo.

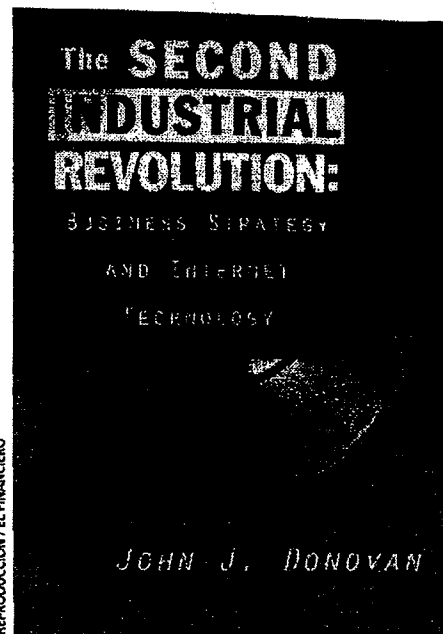
Los negocios de hoy se tienen que reinventar; es imposible mantener una visión de negocios que perteneció al pasado; si una empresa no trata de adecuarse a las necesidades futuras del mer-

Donovan, el guru

John J. Donovan cuenta con amplia experiencia en el área de la tecnología al proveer, junto con Cambridge Executive Enterprises Inc. (CEE), programas de tecnología y educación comercial a más de la mitad de las compañías de Fortune 500 en todo el mundo.

Donovan fundó cinco exitosas compañías con una capitalización en el mercado de más de US\$2 billones.

Trabajó por más de 15 años como profesor de la Escuela de Negocios del MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts). También fue profesor en Harvard University. Recientemente recibió un doctorado honorario en Economía de la Universidad de Praga. Ha escrito siete libros sobre temas relacionados con tecnologías de la información.



EL EXPERTO MUNDIAL en tema de negocios electrónicos, John J. Donovan, impartió un seminario en Costa Rica.

Cuando hacemos negocios, debemos escuchar continuamente las necesidades de los clientes, tener muy claro qué es lo que necesitan y proyectar con base en sus necesidades cuáles son las oportunidades de negocio que serán clave en el futuro.

Si una compañía se sitúa hoy, tal vez tenga las herramientas necesarias para hacer dinero y ser rentable, pero la clave es que proyecte a través de una visión clara del negocio cuáles serán sus productos o bienes que le generarán ingresos en el futuro.

En este punto es muy importante utilizar todas las tecnologías existentes, no es necesario reinventar software y nuevas aplicaciones, para ello hay empresas que ofrecen tecnologías probadas y revolucionarias, que son herramientas para sustentar los negocios exitosos a largo plazo.

En este contexto, Internet, como un medio de interconexión global, es el componente vital para los nuevos negocios.

Internet no debe visualizarse dentro de una compañía simplemente como "la red", sino como un conjunto de normas que proporciona la infraestructura para implantar estrategias innovadoras, crear nuevos negocios e incrementar la productividad de la empresa.

Los empresarios con visión del futuro deben incorporar cuanto antes en sus procesos de planificación las estrategias y los proyectos requeridos, para aprovechar los beneficios de Internet tanto en el ámbito sustantivo de la empresa como en sus procesos internos. ■

La autora es gerente general de Oracle de Centroamérica