

### Internet... ¿Estar o no estar? ¡ He allí el dilema!



Desde el advenimiento de internet venimos escuchando palabras nuevas, cada vez con más frecuencia, hasta que finalmente ya se han hecho carne en nuestro lenguaje usual y coloquial. Así nos han inundado palabras como "web", "site", "internet", "mail"... y tantas otras.

Se han popularizado inclusive palabras que ni siquiera sabemos lo que significan ni de dónde vienen, lo cierto es que en el imaginario popular, internet se ha convertido en una especie de artilugio mágico que se supone que significará prácticamente la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Hasta tal punto se ha extendido esta creencia, que todos los empresarios consideran que deben forzosamente tener presencia en internet, para tener éxito, y que si no están en internet están condenados al fracaso.

Es necesario aclarar en este punto, varias cosas. En primer lugar, debe quedar claro que el éxito no está conectado a internet, o por lo menos no lo está en una condición "sine qua non". Internet no es sinónimo de éxito.

Por el contrario, el empresario o emprendedor que está analizando si debe tener o no presencia en internet debe saber antes de tomar la decisión algunas cosas muy importantes:

- ❖ Contrariamente a lo que se tiende a creer, un sitio en internet bien diagramado y con los servicios que requieren las técnicas de mercadeo estándar mínimas, requiere una constancia a lo largo del tiempo. Un sitio web no debe considerarse como una inversión puntual, sino como una inversión constante a largo plazo.
- ❖ En internet, por mejor hechas que estén las cosas, demoran tiempo en surtir efecto. El empresario quiere aparecer de inmediato en los primeros sitios en los buscadores más conocidos. Pero esto no es posible, porque cada buscador o índice de internet demora a veces un tiempo más o menos largo hasta que se ven los resultados.
- ❖ Los costos del mantenimiento de un sitio no sólo son el pago de un "hosting", sino que también requieren un mantenimiento "dinámico", y deben extenderse en el tiempo en forma constante.
- ❖ La interacción con los visitantes es fundamental, la implementación de técnicas de mercadeo (marketing) que ayuden a atraer al usuario y a generar la inquietud de volver a visitar el sitio es imprescindible.

Una vez aclarados estos puntos, el empresario o emprendedor deberá tener en cuenta exactamente las mismas consideraciones que al construir sus oficinas o comercio. La antigua concepción del sitio web como la "vidriera" del comercio se considera obsoleta.

# SISTENET.COM.AR

Una aproximación más acertada va mucho más allá de la simple "vidriera", y se aproxima más bien a la construcción completa del comercio u oficinas. En efecto, un sitio web debe considerarse tal como consideraríamos a la empresa en su totalidad. Debe contener desde el área de ventas (incluyendo por supuesto el escaparate), pasando por la atención al cliente (importantísima), hasta todos los servicios que puedan brindarse a los clientes y/o potenciales clientes.

Así como el edificio de oficinas de una empresa, o un local comercial, deben ser diseñados por un arquitecto, y construidos por profesionales (ingenieros, albañiles, electricistas, carpinteros, etc.); del mismo modo un sitio web debería ser desarrollado por profesionales idóneos.

Hacer un sitio web más o menos atractivo puede ser relativamente fácil. Pero hacer que funcione, y que tenga el impacto y efectividad que el empresario desea, requiere de la intervención de profesionales de las áreas que el desarrollo requiera (especialistas en marketing, diseño gráfico, informáticos, sistemas, etc.)

Hoy en día un sitio web no se considera como algo separado de la empresa, sino inmerso en ella. Lo normal es que el cliente interactúe desde internet con la empresa tal como si lo hiciera en persona, en el lugar, y los movimientos de la empresa deben reflejarse inmediatamente en el sitio web. Por eso, de acuerdo a la envergadura del proyecto, a veces puede ser necesaria la incorporación de servidores propios, y uno o más profesionales con dedicación exclusiva; mientras que otras veces, un sitio mantenido periódicamente por sólo un profesional idóneo, puede ser suficiente.

En definitiva... ¿qué es lo que le conviene al empresario promedio? ¿estar o no estar? (parafraseando a Shakespeare en Hamlet) "to be or not to be... ¡That is the question!"...

La mejor respuesta sólo se la puede dar un profesional idóneo, analizando todas sus necesidades, y así buscando la mejor opción de acuerdo a lo que el empresario requiere y la empresa necesita. Pero atención: Internet es una herramienta poderosa, pero no es mágica. El profesional responsable sabrá exponerle con claridad los pros (que sin dudas serán muchos) y los contras (que pueden ser muchos también) y la decisión final sólo el propio empresario puede tomarla. El profesional de sistemas sólo le suministrará toda la información que el empresario necesita para la toma de decisión.

**Inf. Eugenio Grigorjev**

**Analista de Sistemas**

Mat. Prof. 688 (CPCIPBA)

[www.sistenet.com.ar](http://www.sistenet.com.ar)