

3. TIPOS DE UTILIZACIONES DE INTERNET POR SECTORES

En este apartado analizamos y clasificamos las diferentes utilizaciones de Internet de acuerdo con el sector de actividad. A continuación, presentamos un breve comentario de algunas de las referencias que hemos localizado y que consideramos más relevantes.

Boyle y Alwitt (1999) desarrollaron un estudio sobre la comunicación entre empresas a través de Internet en la industria de plásticos de los EE.UU. Con base en los resultados del estudio, los autores señalan un conjunto de ventajas (pp. 340), relacionadas con el marketing dirigido a las empresas, que nos permiten concluir que la utilización de Internet puede apoyar las actividades del negocio de las empresas. Entre aquellas ventajas destacamos, por ejemplo: es un medio adicional para crear un mayor conocimiento de la marca y de los productos de la empresa; permite la realización de ventas cruzadas, al proveer vínculos para información sobre otros productos; y puede ayudar a mejorar la comunicación entre empresas vendedoras y compradoras.

Green (1998, pp. 365) refiere que la utilización de Internet ofrece a las empresas farmacéuticas y de equipos médicos un nuevo medio, más adecuado que la prensa escrita y la televisión, para la promoción de sus productos. Según el autor (pp. 386), la existencia de información, en formato electrónico, sobre los equipos médicos permitirá a las instituciones buscar informaciones sobre los productos, hacer comparaciones de precios y realizar pedidos; en cuanto a los pacientes, va a permitir el acceso a informaciones sobre los productos disponibles.

Heselbarth (1997), en un artículo sobre la industria de la construcción e Internet, refiere diferentes datos sobre las utilidades que los usuarios hacen de Internet y ejemplos concretos de empresas de construcción con un sitio *web*. Así, y de acuerdo con el autor, a través de la utilización de un sitio *web* las empresas de construcción pueden: proporcionar información sobre sus productos o servicios, tener un servicio de atención al cliente, hacer divulgación de información corporativa y desarrollar nuevos negocios.

Pérez, Martínez y Martín (2002), son algunos de los autores que analizan la utilización de Internet en el sector de los bancos. Estos autores señalan en las conclusiones de su trabajo, que los bancos van a utilizar sus páginas *web* para el apoyo a algunas actividades del subsistema comercial, como son: publicidad, la banca en línea y el servicio de atención al cliente. Asimismo, los autores indican, además, las relaciones con los inversores y analistas como otra utilización que los bancos están haciendo de sus páginas *web*.

La empresa Vector21.Com ha desarrollado uno de los diferentes estudios (2002) sobre la utilización de Internet por los hoteles. En aquel estudio, son presentadas diversas utilidades que los hoteles están haciendo de Internet, a través de sus sitios *web*, a saber: para publicitar los productos o servicios que los hoteles proveen, para realizar reservas en-línea, para divulgar información sobre las instalaciones y el entorno del hotel y también como canal de comunicación con los clientes o potenciales clientes. Asimismo, son referidas también, por los hoteles encuestados con presencia en Internet, algunas ventajas que permiten

concluir un apoyo a dos de las actividades del subsistema de Dirección y Gestión: explorar nuevos mercados y apoyar las actividades del negocio.

En España, la AECE ha desarrollado diversos estudios sobre el tema del comercio electrónico. Entre los diferentes estudios, la AECE (2002c) desarrolló una investigación sobre el uso de Internet por las agencias de viajes, siendo identificadas diversas utilidades que aquellas empresas están haciendo con sus sitios *web*: para explorar nuevos mercados, para apoyar las actividades del negocio, para publicitar sus productos y servicios, para realización de transacciones comerciales, para servicio de atención al cliente, para investigación de mercado y para formación de los empleados.

Vlosky, Westbrook y Poku (2002) desarrollaron uno de los estudios que investiga la utilización de Internet por las empresas de la industria de productos de madera. En su estudio, los autores verificaron (pp. 41) que las empresas del sector están a utilizar su sitio *web* para promover sus productos y servicios y, aunque en un porcentaje más reducido, para el servicio de atención al cliente. Asimismo, los autores refieren algunos beneficios indicados por los encuestados (pp. 39), en resultado de la utilización de Internet, que permiten concluir que su utilización también puede apoyar las actividades del negocio.

Honeycutt, Jr., Flaherty y Benassi (1998), en un estudio que han desarrollado sobre empresas de tres sectores de actividad que se han adherido a la *World Wide Web*, en el ámbito de sus actividades de marketing dirigido a empresas. Según los autores, las empresas de soldadura y de productos de metal, utilizan su sitio *web* para proveer

información sobre sus productos y para divulgar información corporativa; en cuanto a las empresas de suelo, también utilizan sus sitios web para proveer información sobre sus productos y, asimismo, para explorar nuevos mercados.

En la tabla 6 presentamos todas las utilizaciones de Internet que hemos localizado²⁵, clasificadas en función del sector de actividad y de acuerdo con el apoyo suministrado a las diferentes actividades desarrolladas en el seno de las empresas.

²⁵ No se han incluido en la tabla aquellos usos de Internet que no se han encontrado en la revisión bibliográfica.

3. TIPOS DE UTILIZACIONES DE INTERNET POR SECTORES

Sector	Utilización	D1	D2	C1	C2	C3	C5	C6	C8	C10	C11	C12	C13	P2	F1	H2
Industria de Plásticos																
	Boyle y Alwitt (1999)															
Industria de Alimentación																
	Dresner, Yao y Palmer (2001)															
Industria Farmacéutica																
	Green (1998)															
Industria de Equipos Médicos																
	Green (1998)															
Industria de Construcción																
	Heselbarth (1997)															
Banca																
	Mols (1998)															
	Jayawardhena y Foley (2000)															
	Mols (2000)															
	Pérez, Martínez y Martín (2002)															
Intermediarios Bursátiles																
	Pérez, Martínez y Martín (2002)															
Industria de la Música																
	Lam y Tan (2001)															
Hoteles																
	Vector21.Com (1999c)															
	Avantur (2000)															
	Lituchy y Rail (2000)															
	Vector21.Com (2000c)															
	Wei, Ruys, Hoof y Combrink (2001)															
	Vector21.Com (2002)															
Agencias de Viajes																
	AECE (2002c)															
Industria de Turismo																
	AECE (2001b)															
Operadores de Transportes																
	Murphy y Daley (2000)															
Crédito Hipotecario																
	Myer (1998)															
Industria de Productos de Madera																
	Vlosky y Fontenot (1997)															
	Pitis y Vlosky (2000)															
	Vlosky, Westbrook y Poku (2002)															
Empresas Minoristas																
	Rowley (1996)															
Empresas de Soldadura																
	Honeycutt, Jr., Flaherty y Benassi (1998)															
Empresas de Suelo																
	Honeycutt, Jr., Flaherty y Benassi (1998)															
Empresas de Productos de Metal																
	Honeycutt, Jr., Flaherty y Benassi (1998)															

Tabla 6 – Utilizaciones de Internet clasificadas por sectores de actividad.

D1 – Exploración de nuevos mercados
C1 – Suministro de información sobre los productos/servicios
C3 – Publicidad de productos/servicios
C6 – Comercio electrónico dirigido al consumidor final
C10 – Canal de comunicación
C12 – Investigación de mercado
P2 – Comercio electrónico entre empresas
H2 – Formación de los empleados

D2 – Apoyo a las actividades del negocios
C2 – Catálogos de productos
C5 – Publicidad uno-a-uno
C8 – Servicio de atención al cliente
C11 – Divulgación de información corporativa
C13 – Nuevos negocios
F1 – Divulgación de información financiera

