

Data.ti

Nº. 257. SEPTIEMBRE 2008

La revista española de Tecnologías de la Información para empresa

Gestión de datos

**El lado verde
de las TIC**

**Auditoría
de bases de datos**

P.V.P. 5,35 €
(IVA Includo)

MC
MC EDICIONES

8 414090 100366

00257

Obras son amores



El comercio electrónico puede contribuir a la recuperación de la vitalidad económica pero para ello es necesario un esfuerzo que muchas empresas españolas siguen sin atreverse a hacer.

España, septiembre de 2008. Del boom de la construcción ya sólo quedan las hipotecas, los despidos y los carteles de "se vende". Pasado el momento de construir queda pendiente la tarea de mantener y mejorar unas viviendas que se han hecho a toda prisa y que en cuanto se han ocupado han puesto de manifiesto todas sus carencias. Por fortuna el mercado se apresta a satisfacer la nueva demanda de estos espacios que comprenden desde el remiendo de los autónomos al bricolaje personal, desde la jardinería a los impermeabilizantes, desde los suelos de todas clases a las ventanas de doble cristal, desde el ahorro de energía a la domótica. En este campo hay muchos productos innovadores y existen grandes proveedores para satisfacerla a precios razonables, además de una oferta de revistas mensuales de interiorismo y decoración que nos enseñan magníficos diseños.

Hay que suponer que los proveedores utilizarán Internet para potenciar sus ofertas. Cuentan a su favor con que el usuario que estrena vivienda suele equiparla con acceso a Internet de banda ancha. En total, este mes de septiembre España estará cerca de los nueve millones de puntos de acceso a la Red, que van aumentando su ancho disponible. Así pues, existe ya la disponibilidad tecnológica y la masa crítica necesaria de usuarios. Y sin embargo...

Este año, como hice el pasado, he aprovechado una parte de las vacaciones para hacer diversas compras en línea con esta finalidad. Pero el balance personal de mis gestiones ha sido, también esta vez, muy decepcionante. La mayoría de sedes web que he consultado siguen siendo precarias e insuficientes, algunas incluso patéticas. La mayoría de sedes web de comercio electrónico de las empresas españolas de este ramo (las escasas que tienen esa funcionalidad) siguen sin responder a las necesidades de sus potenciales compradores, aunque en este proceso de búsqueda de materiales he podido constatar algunos progresos importantes y hasta alguna web meritoria.

He desechado algunas por impresentables y me quedado con cuatro ejemplos, significativos tres por ser multinacionales bien conocidas y el último por su eficacia.

He verificado los progresos en la considerable sede web de Ikea (ikea.es), pero también la persistencia en ella de

fallos y ausencias, que hacen que la información completa sobre productos no esté siempre disponible, lo que no ocurre en el catálogo de papel y el servicio de atención al lector está muy automatizado. Total para que al final te digan abiertamente los empleados que la mejor solución para aclarar estas carencias de la web "consiste en ir y ver el producto presencialmente".

Bauhaus (bauhaus.es) otro proveedor multinacional, éste de bricolaje, tiene una sede web bastante triste, aunque seguramente esto no quita el sueño a sus responsables porque su rival Leroy Merlin (leroymerlin.es) no le va a la zaga. En ambas entidades es mejor ir a la tienda física si lo que se busca no es la oferta del mes y en este sentido no engañan: incluso te lo recomiendan en cuanto llamas. Y esto sólo por mencionar simples catálogos on line de empresas líderes, de modo que no quiero ni pensar qué sería si se tratase —atrevimiento inaudito—, de comprar on line! 

El último ejemplo es el de Termogres. Este proveedor de artículos de la construcción de Cantabria, (termogres.es) está haciendo un esfuerzo de mejora considerable en su web, con videotutoriales que se agradecen, como el que muestra cómo se puede sustituir uno mismo la bañera por una ducha en el suelo. Sorprende la parquedad de su cadena de distribución, pero su centro de llamadas tiene muy buen rollo (eso sí, cuando finalmente consigues establecer la comunicación) y la logística es profesional. Además se puede comprar en Internet, con precios e informaciones claramente especificadas, de modo que estos cántabros pasan a mi exigente lista de favoritos. Una moraleja es que quienes siguen creyendo que en España sólo las multinacionales o las iniciativas que surgen en las grandes capitales señalan el camino de la innovación web están equivocados. La otra es que para acertar hay que ponerse una vez más en el lugar del usuario y satisfacer sus necesidades. Sí ya sé que esto es de manual y que todo el mundo lo sabe pero ¿por qué no lo ponen en práctica de una vez? En resumen, hoy por hoy es difícil que Internet pueda contribuir al mantenimiento de la actividad económica de fabricantes y proveedores en esta nueva fase de mantenimiento y mejora de la vivienda. Si el resto de sectores del mercado tuviera un comportamiento similar sería como para echar el cierre al ADSL en España.