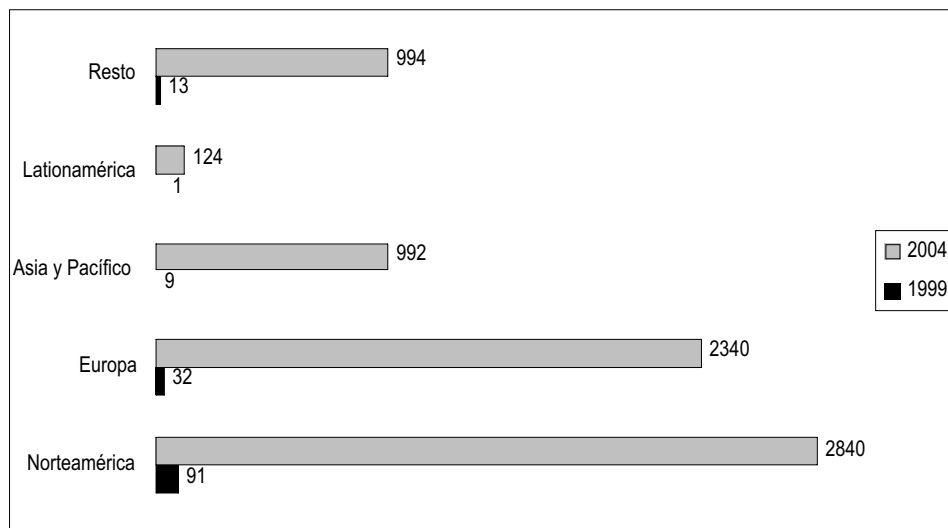


ANEXO

Gráfico A.1.

La batalla por el comercio *online* entre empresas



Fuente: Gartner Group (2001)

Cuadro A.1.

Principales aplicaciones de internet en la cadena de valor

Infraestructura empresarial <ul style="list-style-type: none"> ▪ Infraestructura tecnológica (web); Sistemas de planificación de recursos (ERP) ▪ Relaciones <i>on-line</i> con inversores (ej. distribución de información, videoconferencias) 					
Dirección de Recursos Humanos <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formación a distancia; Distribución de información, Recursos compartidos. ▪ Reporting electrónico de tiempos y gastos. 					
Desarrollo tecnológico <ul style="list-style-type: none"> ▪ Colaboración en el diseño de productos (diferentes localizaciones y participantes) ▪ Fuentes de conocimiento accesibles para toda la organización ▪ Acceso en tiempo real a información sobre ventas <i>on-line</i> y servicios 					
Aprovisionamiento <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificación de la demanda: máximo ajuste entre disponibilidades y necesidades ▪ Relaciones con proveedores: interconexión de sistemas de compras, inventarios y pedidos futuros ▪ Requerimientos de pago automatizados 					
Logística interna <ul style="list-style-type: none"> - Sistemas integrados de gestión, con participación de diferentes partes de la organización y de los proveedores - Distribución dentro de la empresa de información en tiempo real y en proceso sobre inventarios 	Operaciones <ul style="list-style-type: none"> - Intercambio de información sobre planificación y toma de decisiones en fábricas, proveedores de componentes y ensambladores - Información en tiempo real a la fuerza de ventas y a los canales de distribución sobre disponibilidades y posibilidades de producción 	Logística externa <ul style="list-style-type: none"> - Tramitación de transacciones en tiempo real (iniciadas por consumidor final, por personal de ventas de la empresa o por un distribuidor) - Acuerdos y términos contractuales personalizados según clientes. - Participación de clientes y de otros participantes en la cadena de valor en el diseño y la distribución de productos 	Marketing y ventas <ul style="list-style-type: none"> - Canales de venta <i>on-line</i> (web, <i>marketplaces</i>) - Información sobre clientes, productos, precios, inventarios y órdenes de compra - Marketing personalizado según perfil de clientes - <i>Feed-back</i> de clientes 	Servicio post-venta <ul style="list-style-type: none"> - Servicios <i>on-line</i> a clientes (e-mail, facturación...) - Self-service para los clientes vía web, respuesta a dudas sobre productos 	

Fuente: elaboración propia a partir de PORTER, M. (2001), "Strategy and the Internet". *Harvard Business Review*, March 2001, pp. 62-78.

Cuadro A.2.

Muestra de marketplaces en el sector agrícola

Nombre / Dirección	Producto / Servicio	Comentarios
Cattle Offerings World-Wide (cattleofferings.com)	<i>Productos finales</i> (ganado)	Ofrece información de contacto para facilitar la comunicación entre comprador y vendedor mediante correo electrónico o fax.
Homefarm.com	<i>Heno</i>	Su mecanismo de subasta y sus estándares de calidad están certificados por <i>Internet Auction Service Hay Market</i>
Livestock Marketplace (pellcom.com)	<i>Productos finales</i> (ganado)	Reúne comerciantes de 44 países. Posee una base de datos con los precios del ganado en varios mercados de subastas, así como salas de despiece para compradores y vendedores.
Mercado Australiano de Carnes y Ganado (aginfo.aust.com)	<i>Productos finales</i>	Reúne a importadores y exportadores, Ofrece productos específicos para comprar y vender y también coloca activos que se ofrecen/solicitan en un tablón informativo virtual.
Pan European Fish Auctions (PEFA.com)	<i>Productos finales</i> (pescado fresco, de granja, elaborado y congelado)	Cuenta con una red de Lonjas Electrónicas de Pescado fresco y una plataforma de ventas B2B <i>online</i> –FISH MARKET- para productos por catálogo.
Foodstrading (foodstrading.com)	<i>Productos agroalimentarios</i> (frescos y congelados)	Plataforma integrada por un consorcio de empresas que desarrollan toda una gama de servicios complementarios a la transacción electrónica (tránsitos y aduanas, almacenaje y transporte, certificación de la calidad,...)
Agroterra.com	<i>Productos finales</i> (piensos, cereales, heno...) <i>Productos químicos</i>	Además del mercado agrario, incluye una variedad de servicios (selección de noticias, directorio de empresas y páginas <i>web</i>) y una comunidad virtual (foros de debate, encuestas, chats...)
Bloemenveiling Flora (flora.nl))	<i>Flores</i>	Punto de encuentro para cultivadores y compradores
Worldfishsite (worldfishsite.com)	<i>Productos finales del mar</i> <i>Servicios</i> (asesoría, verificación de la calidad y logística)	Mecanismo de Lonja Virtual de Pescado.

Fuente: elaboración propia