

Sell-Side Solutions

Que son

Se conoce como *sell-side solutions* al conjunto de aplicaciones diseñadas para desarrollar la labor de vender en uno o varios mercados electrónicos o *e-marketplaces*. Se trata de soluciones que facilitan el manejo de la información que se muestra, el control de las ofertas que se hacen en ese canal, o que permiten mantener el control sobre temas como, por ejemplo, el tipo de interacción que se lleva a cabo con los posibles clientes.

Imagínese que es usted responsable de una empresa, por ejemplo, una PYME española. Sus clientes, de acuerdo con las encuestas que el Instituto de Empresa realiza, suelen ser más bien pocos, y con los que usted tradicionalmente tiene un escaso poder de negociación. ¿Qué ocurre cuando alguno de esos clientes comienza a comprar a través de un *e-marketplace*? Podríamos contestar al estilo Abraracurcix, el jefe del poblado galo de Asterix y Obelix: “eso es tan posible como que el cielo caiga sobre nuestras cabezas” mientras por si acaso miramos de reojo hacia arriba... Ahora bien ¿cabe esperar que esto ocurra pasado mañana? En fin, no es por traer lo que para algunos podrían ser malas noticias, pero los datos que obran en poder del Instituto de Empresa dicen que sí. Que cada vez mas empresas, atraídas por la propuesta de valor que supone comprar en un *e-marketplace*, desplazarán su mecánica de compras a lugares virtuales. Y si lo pensamos, tiene toda su lógica. Las especiales características de estos mercados hacen que quien se acerca a ellos a comprar este en una situación francamente interesante. Por un lado, tiene más oferta a su disposición, puesto que todo aquel interesado en vender está presente. Por otro, reduce los costes de compra puesto que se evita el mandar compradores por el mundo. Además, introduce transparencia, que en muchos sectores era más que necesaria. Puede también beneficiarse de las especiales características de Internet para comparar ofertas o realizar subastas en tiempo real, e incluso puede ser capaz de reducir sus propios costes internos ligados al proceso de compra. Lo miremos por donde lo miremos, la propuesta de valor para la empresa compradora es absolutamente irrechazable. De ahí que un tercio de las grandes empresas españolas estén ya implicadas en *e-marketplaces* y que se prevea que este porcentaje alcance el 50% durante este año que entra.

Como funcionan

Ahora bien, volvamos al ejemplo anterior y pensemos en el drama de una PYME que vende, por ejemplo, a una gran superficie, cuando ésta decide desplazar sus compras a un *e-marketplace*. De repente, la PYME se queda sin el que sin duda era su principal cliente, y sin posibilidades de seguirle a ese lugar virtual. ¿Sin posibilidades? ¿Cómo es la situación de la PYME española en términos tecnológicos? De esto sabemos un poco: la penetración de ordenadores no sólo es baja, sino que se trata, en general, de aparatos viejos, que prolongan su vida útil mucho más allá de su período de amortización, y que conforman sistemas aislados, compartimentados e imposibles de interconectar. La presencia de un elemento esencial como la red es baja en las PYMEs, como lo es también la presencia de una conexión a Internet que pueda considerarse operativa desde un punto de vista transaccional. Así que, efectivamente, nuestra PYME del ejemplo se ve de repente abocada a sobrevivir sin su proveedor más importante.

Las *sell-side solutions* se encargan de que la entrada de la empresa en este tipo de mercados virtuales sea posible con una inversión proporcionada. Lo que en circunstancias normales tendría un coste muy elevado y precisaría de un sistema informático desarrollado en la empresa, se convierte en una aplicación que puede llegar a costar una décima parte de lo inicialmente presupuestado y puede manejarse desde un solo ordenador. Si además la empresa tiene informatizadas determinadas áreas clave de su gestión, es posible que se pueda integrar, de manera que nos encontremos ante una transición a la Red en condiciones. El software se encarga de monitorizar la presencia en el o los *e-marketplaces*, de notificar de las transacciones, las visualizaciones o las oportunidades de participar en, por ejemplo, subastas. Frente a la alternativa de simplemente poner nuestro catálogo en el *e-marketplace*, las *sell-side solutions* permiten que la empresa mantenga una presencia activa en el mercado electrónico. Puede, por ejemplo, monitorizar una transacción determinada, y decidir que realiza una oferta más agresiva o que incluye un producto o servicio adicional con el fin de fidelizar a un cliente. O permitir intentos de *cross-selling* o *up-selling* a determinados clientes bajo determinadas condiciones. En resumen, se trata de conseguir aproximarse a que esa comentada propuesta de valor sea no sólo atractiva para quien realiza la compra, sino también para quien acude a vender.

Que consecuencias tiene

En primer lugar, imaginemos las consecuencias que tendría una economía de *e-marketplaces* que dejase fuera a quien no se lo puede permitir. La visión de pequeñas y medianas empresas perdiendo a sus principales clientes resulta aterradora para un país como España, en el que las PYMEs suponen un 99% del total de negocios registrados, generan un 70% del empleo y contribuyen a un 65% del PIB. De ahí que el papel de algunos actores, como asociaciones sectoriales, cajas de ahorros u organismos públicos sea fundamental a la hora de acercar la PYME a la Red. Durante el próximo año veremos varias de estas iniciativas con casi total seguridad. Por otro lado, esta consecuencia tiene su contraparte: la ventaja de una economía de *e-marketplaces* sería mucho menor si las economías de escala derivadas de la agregación de empresas no se realizan. Es decir, los *e-marketplaces* necesitan a las PYMEs como las PYMEs necesitan los *e-marketplaces*. Otros actores importantes son las empresas de software, que han sido capaces de plantear alternativas de un coste razonable para llevar a cabo esta transición. Empresas como Commerce One o Microsoft están teniendo, en este sentido, un papel fundamental, y conviene, sin duda, estar atento a sus desarrollos.

Lo que resulta indiscutible es que se avecinan cambios. Pero cuidado, si no está suficientemente atento, el cambio podría ocurrir sin usted.