

# Del B2C a la transacción sms certificada

El Director Comercial Área Nacional de Lleida.net, Manuel Ruiz, defiende cómo la telefonía móvil puede convertirse en la nueva imprenta Guttenberg de los negocios.

El Comercio Electrónico, B2C o "Business to Consumer" son conceptos completamente arraigados en el ámbito de los negocios, en el que las empresas buscan ser competitivas implantando procesos que les permitan la máxima rentabilidad, especialmente en momentos como la época actual, de "vacas flacas", cuando hay que agudizar el ingenio para vender más y más barato, obteniendo el máximo beneficio con los menores costes posibles.

Según el Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2008 presentado por Red.es y ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, **el comercio electrónico ha generado en 2007 un volumen de negocio que supera los 4.700 millones de euros**, lo que significa un incremento del 71,4% respecto a 2006. De las personas que compran o contratan servicios por vía telemática, un 34,8% lo hacen a través del móvil, lo que supone un fuerte aumento respecto a los años anteriores en que no superaron el 20%.

Estas cifras indican que las nuevas tecnologías han llegado para quedarse y que las empresas que no quieran quedar "fuera de juego" deberán adaptar sus procesos de negocio para quedarse con el mayor trozo posible de este gran pastel, que conforman los internautas y los usuarios de telefonía móvil.

Con las tiendas electrónicas a través de la Web, las pasarelas de pago en línea y la facturación electrónica (e-factura), las empresas disponen de las **herramientas necesarias para facilitar a sus clientes la adquisición de sus productos** y servicios las veinticuatro horas del día, personalizando la oferta hasta límites insospechados hace escasos años.

Nuevas tecnologías, capaces de reconocer los hábitos y gustos del consumidor, son incorporadas para presentar en cada momento la oferta más adecuada y simplificar los procesos más engorrosos como el pago y la facturación. Sin embargo, este modelo de negocio a través de la red adolece de un gran defecto y es que sólo es accesible a los consumidores con acceso a Internet y a un ordenador, excluyendo a una gran parte de los potenciales clientes por no contar con un medio para llegar a ellos, a la par que son medios completamente pasivos en los que el cliente debe acceder, buscar y realizar una serie de complejas acciones para formalizar las operaciones de compra.

Si la imprenta supuso una revolución que contribuyó a la difusión global del conocimiento y las ideas puesto que, aunque ya existían la escritura y los libros, estos no llegaban al conjunto de la sociedad; **la telefonía móvil probablemente consiga el mismo efecto en el ámbito del comercio electrónico**, al posibilitar que una gran masa de potenciales clientes que no utilizan otros medios como Internet y los ordenadores puedan acceder a la oferta que las empresas ponen a su disposición.

En un escenario en el que prácticamente la totalidad de los consumidores disponen de un teléfono móvil, la Transacción SMS Certificada o Contrato por SMS permite simplificar los procesos de contratación de servicios, manteniendo todos los requisitos de seguridad y fiabilidad de las

operaciones. Las empresas que disponen de la capacidad de reconocer las necesidades de sus clientes, pueden tomar la iniciativa de ofrecerles un servicio o producto adaptado específicamente a ellas, obteniendo la respuesta de forma inmediata e incorporando la operación a sus procesos de producción, comercialización y facturación.

Esta manera de operar supone un gran reto para las empresas, especialmente para aquellas que aún no han iniciado su andadura con la TI. Ya no se trata de “montar” un escaparate en la red y esperar a que se “pasen” por allí, sino más bien de localizar los destinatarios y ser capaces de confeccionar una propuesta a su justa medida para ofrecérsela y responder de forma inmediata a sus necesidades. Con la certificación en las comunicaciones vía móvil se da cobertura legal a los prestadores de servicios en materia de seguridad y confiabilidad, permitiendo que estos puedan ampliar sus vías de negocio y competir más eficientemente.

Probablemente, **el futuro de los negocios vía móvil pase por realizar desde el propio dispositivo todas las operaciones**, incluida la identificación de los clientes y los pagos, posibilitando automatizar todos los procesos paralelos a la propia transacción y que en estos momentos aún se realizan de forma manual en la mayoría de los casos. Aquellas empresas que sepan adaptarse contarán con la ventaja competitiva para mantenerse y destacar sobre el resto, mientras que las que no sean capaces de ello, posiblemente no puedan llegar a la siguiente revolución.