



e-negociogalicia

Número 07 | Ano 2003 | Revista de Comercio Electrónico

www.e-negociogalicia.com

¿Como usamos Internet os galegos?

A extranet
na empresa:
o caso de Frioya



e-MINDER



CESGA

Centro de
Competencias en
Comercio Electrónico



A extranet

Unha ferramenta de grande potencial para a empresa

Sumario

- Editorial • 2
- ¿Que é unha extranet? • 3
- A extranet na empresa: Estudio de caso de Frioya S.A. • 4-5
- Informe e-Barómetro Usuarios (I) • 6-7
- Iniciativas galegas • 8
- Como construír unha tenda virtual: a pasarela de pagos • 9
- A plataforma de comercio electrónico: o servicio de R • 10
- e-Marketing: a alta en buscadores (III) • 11
- Lexislación: A firma dixital • 11
- Formación: próximos cursos • 12
- Glosario • 12
- A feira virtual • 12

O informe e-Barómetro 2002 Usuarios volve deixar ás claras que o emprego de Internet en Galicia aínda non está demasiado extendido nin xeralizado. Só o 17% dos galegos se conecta á Rede dende o seu fogar, cando na Unión Europea o fan unha media do 40%. As cifras son elocuentes e falan por si mesmas. Pero, ¿por que só uns poucos galegos empregan Internet na súa casa? Segundo a enquisa que publicamos neste número de e-negociogalicia, existen sobre todo dúas razóns: o 31,8 % dos galegos enquisados din que non o precisan e o 25,7% aseguran que Internet ten un custo demasiado alto. Estas respostas son esclarecedoras: un de cada catro galegos asegura que non se conecta á Rede porque lle supón un esforzo económico moi grande. Os prezos de conexión semellan aínda demasiado elevados para que os seus petos os pódan asumir. Ademais, o 31 por cento asegura que non necesita Internet, e unha interpretación razoable podería engadir que moitas destas respostas veñen motivadas polo descoñecemento do medio. Internet aínda non é imprescindible nun fogar, pero si é de grande utilidade para quen coñece as súas posibilidades. Neste senso, un labor divulgativo continuado antóllase necesario.

Durante anos, para intercambiar información entre empresas era necesario conectar directamente os seus ordenadores cunha "liña adicada" (contratada a unha operadora de telefonía). Era un proceso complicado e custoso, que agora está a cambiar coas "extranets": redes privadas que usan Internet para conectar de xeito seguro dúas entidades. Os usos das extranets son múltiples e son moitas as empresas galegas que as empregan para mellorar o seu proceso de negocio.

A comunicación e o intercambio de datos entre empresas e clientes é fundamental na maior parte dos negocios. Internet axuda a mellorar esta comunicación, achegando rapidez e aforro, con ferramentas como a extranet. Nos últimos tempos, moitas empresas están botando man deste recurso, para mellorar a relación cos seus clientes, provedores ou distribuidores.

A extranet pode considerarse, en certo modo, como a parte dunha intranet (ver e-negociogalicia 02) que unha empresa amplía para usuarios ou clientes de fóra, permitíndolles interactividade e acceso á información. Na extranet, a información compartida tan só pode ser accesible polos usuarios que determine a empresa que a posúe. É esta quen lle facilita os contrasinais e os permisos para acceder e operar nesta rede privada. Para explicar de xeito básico o concepto de extranet podemos recorrer a un exemplo ficticio: "A empresa de artigos de regalo 'O Acerto' vende semanalmente 5.000 produtos ás 60 tendas que traballan con eles. Ata que 'O Acerto' decide crear unha extranet, os pedidos das tendas chegaban por fax, teléfono, e-mail ou a través dos seus comerciais. Era un proceso complicado que levaba moito tempo, tendo en conta o número de encargos. Por iso, botan man dunha extranet para que as propias tendas accedan a través de Internet ó catálogo de produtos e escollan o que queren mercar, de xeito que automatizan o proceso. Ademais, agora as empresas clientes poden ver en calquera momento ó seu histórico de facturas, albaráns, etc."



- usos e utilidades dunha extranet quedan de manifesto, como son:
- Compartir catálogos con clientes e provedores.
 - Proporcionar ou acceder a servizos.
 - Compartir de xeito exclusivo información e novas de interese común con outras empresas.
 - Intercambio automático de datos empregando o Intercambio Electrónico de Datos (chamado EDI).
 - Crear espazos de colaboración con outras empresas nos que desenvolver proxectos.
 - Poner en marcha e compartir programas de formación.

VANTAXES DUNHA EXTRANET

Pero, de xeito práctico, cabe preguntarse que reporta economicamente esta ferramenta a unha PEME. Entre as vantaxes que ofrece están:

- Redución de custos.
- Acceso máis rápido á información.
- Mellora da comunicación entre empresas.
- Central de negocio aberta as 24 horas os sete días da semana.
- Acceso á información en tempo real.
- Acceso á información por Internet dende calquera lugar.
- Seguridade e privacidade no acceso á información.

É importante resaltar a característica da seguridade, xa que as comunicacións a través dunha extranet son confidenciais e privadas. A empresa que posúe a extranet ten que garantir esta seguridade. Hoxe en día, as extranets están provocando unha revolución nos procesos de negocio, na estrutura e nas operacións comerciais das empresas. O caso de Frigoríficos Oya, que imos tratar a continuación, así o amosa.

¿Que é unha extranet?

A extranet é unha rede externa e privada que aproveita Internet para conectar xente dunha empresa con xente que está fóra da mesma (por exemplo, clientes ou outras empresas), sempre nun contexto de privacidade e seguridade das comunicacións. Deste xeito, pódese compartir información, intercambiar datos e mesmo realizar transaccións.

¿PARA QUE SERVE?
Despois deste exemplo, algúns dos

e-comic



Os interesados en recibir e-negociogalicia poden enviar un correo electrónico cos datos persoais e da súa empresa a: revista@e-negociogalicia.com

Ou ben cubrir o formulario en: www.e-negociogalicia.com/revista

e-negociogalicia
Centro de Competencias en Comercio Electrónico
S.A. Xestión Centro de Supercomputación de Galicia - Sociedade participada pola Xunta de Galicia e o Consejo Superior de Investigaciones Científicas

Dirección: Javier García Tobío.
Consello de Redacción: Ramón Basanta, Fernando Bouzas, Andrés Gómez Tato e María José Rodríguez.
Coordinación: Sergio Pazos González.
Redacción: Olalla Cociña, Diego Nieto, Sergio Aller, Jorge Carregal.
Deseño e maquetación: Germán Blanco.
Colaboración: Víctor Salgado Seguin.

Centro de Competencias: Diego Nieto (análise), Carmen Coteló (programación), Ignacio Javier Gómez Rodríguez (programación)
Infografía e ilustración: Juan M. Buiturón, Eduardo Caamaño e Eladio Corral.
Proceso Editorial: Macrom • Depósito Legal: C- 453 - 2002 • ISSN: 1579 - 2145

Xaneiro/Febrero 2002 • Edita: CESGA • Avda. Vigo s/n (Campus Sur) Santiago Compostela A Coruña • España
Tif: 981 569810 • Fax: 981 594616
Correo Electrónico: revista@e-negociogalicia.com • Web: www.e-negociogalicia.com

Frigoríficos Oya S.A.

O "banco de peixe" que emprega a extranet para mellorar a comunicación cos clientes

Estudio de caso

Un bo exemplo do aproveitamento dunha extranet para mellorar a relación cos clientes é o de Frioya. Como se dun banco se tratase, esta empresa de almacenamento frigorífico informa ós seus clientes dos movementos, cantidades e trasposos de mercadoría que ten almacenada nos seus frigoríficos. A única diferenza respecto dun banco tradicional é que, en vez de cartos, almacena peixe conxelado.

Son as 8:30 da mañá e no peirao dos Frigoríficos Oya S.A., en Vigo, a actividade é febril. Decenas de traballadores descargan dos barcos peixe conxelado. En cuestión de minutos, centos de caixas almacénanse nas cámaras frigoríficas, a uns 22 graos centígrados baixo cero. Cada unha destas caixas queda perfectamente identificada e controlada, todo grazas a un proceso robotizado e automatizado dos máis avanzados de Europa neste eido.

Frioya adicase ó alquiler de espaciao nos seus frigoríficos para as empresas armadoras ou comercializadoras de peixe. Trátase dun negocio no que os movementos de produto son constantes: ó longo dun ano, en Frioya móvense máis de 100.000 toneladas de peixe conxelado. Por iso, a información é vital para todos. Os clientes necesitan saber en cada momento a cantidade exacta de peixe que ten almacenada, e Frioya non pode defraudar nin crear dúbidas.

Ata a creación da extranet, o proceso de información cara ó cliente baseábase no correo tradicional.

Frioya enviaba (e aínda o fai) numerosas cartas con albaráns, facturas, detalle de movementos, etc. É un procedemento lento e custoso. Por iso, Frioya decidiu crear unha extranet, unha ferramenta que, a través de Internet, permite manter informados ós seus clientes con todo tipo de detalles, simplemente entrando na web (extranet) de Frioya e introducindo un nome de usuario e un contrasinal, que a empresa frigorífica entrega ós seus clientes. A extranet "axiliza o traballo internamente e permite unha comunicación fluída co cliente", asegura Marcos Vaqueiro, xefe de mantemento.

INTEGRACIÓN

Foi en abril do 2002 cando, da man da empresa Northwest Technologies (empresa consultora e de desenvolvemento de software do grupo verticalia.com), Frioya puxo en funcionamento a extranet. Para iso, foi necesario integrar esta nova ferramenta co sistema de xestión (ERP) que emprega Frioya, o que requeriu a colaboración entre Northwest Technologies e o provedor do sistema de xestión: Edisa. Aínda que o do peixe é un sector tradicional, "os clientes van empregando cada vez máis" esta ferramenta. Quen máis demanda este servizo son as empresas estranxeiras, que poden paliar a lonxanía xeográfica con información actualizada en tempo real na extranet.

FASE 2

Pero Frioya quere seguir mellorando



Foto: Diego Nieto

Interior das instalacións de Frioya

este servizo. Nestes momentos, Northwest Technologies e Edisa están a traballar na segunda fase do proxecto: pretenden dotar á extranet da interactividade necesaria para que os clientes non só consulten información, senón que tamén poidan realizar transferencias, peticións de saída ou entrada, etc.

Datos do Proxecto

Empresa: Frigoríficos Oya S.A.
Facturación anual: 7 millóns de euros.
Proxecto: Creación dunha extranet en dúas fases:
 Fase 1: Mellora do fluxo de información ó cliente.
 Fase 2: Interactividade (os clientes teñen a posibilidade de realizar movementos de mercadorías).
URL: www.frioya.com
 https://clientes.frioya.com
Investimento inicial no proxecto:
Fase 1: 12.000 euros (aplicación, hardware e seguridade).
Fase 2: 23.200 euros (aplicación web e Oracle e seguridade).
 * Non inclúe formación do persoal.

"A demanda do servizo da extranet é expoñencial"

Juan José Carou, responsable de loxística de Frioya

P: ¿Por que se decidiu Frioya a implantar esta aplicación?

R: Frioya foi evolucionando tecnoloxicamente nos últimos cinco anos, adaptando os sistemas de xestión e control (automatización) ás tecnoloxías no mercado. A creación deste sistema foi unha consecuencia máis. Dispoñemos de case toda a información do proceso en tempo real, e os clientes demandan a meirande parte desta información, así que decidimos facilitala vía web.

P: ¿Que reporta a Frioya este sistema?

R: Repercúttelle na redución de tempo de impresión e envío de listados e documentos a clientes. A segunda fase do proxecto xa está en desenvolvemento e permitirá facer pedidos, ordes de carga e algunhas operacións que habitualmente se reciben e xestionan por fax ou e-mail. A recepción de datos en formato dixital, a través dun formulario web, permite automatizar moitos procesos que actualmente se inician a través dun operador. Isto supón a redución de tempos de atención ó cliente, tanto por velocidade como por dispoñibilidade de "ventaniña 24 horas" (a web).

P: ¿Como recibiron os clientes esta nova ferramenta vía Internet?

R: Buscamos unha resposta: ¿é rendible este tipo de investimento?, ¿utilizan os clientes estes servizos? A medición realizada amosa unha demanda do servizo realmente expoñencial. Sen embargo, a utilización por parte dos clientes que o solicitaron ten unha evolución máis lenta, xa que só o empregan o 70% dos que o pediron. Ademais, comprobamos que algúns clientes adaptaron a súa forma de traballar ás novas tecnoloxías, chegando incluso a substituír tódalas xestións de fax

polo e-mail. Estes clientes son os máis interesados na segunda fase do noso proxecto.



Juan José Carou

P: ¿Foi difícil integrala na dinámica de traballo?

R: Non. Este sistema foi posible grazas á evolución tecnolóxica progresiva que implicou a todo o persoal que traballa co noso sistema informático. Ademais, foise construíndo á medida, e os procesos de traballo non varían. Os procesos de xestión que se automatizan desaparecen como proceso manual e, polo tanto, o tratamento da información faise transparente ó usuario.

P: ¿Considerades cara esta ferramenta?

R: Inicialmente, estas ferramentas son caras. O número de horas de desenvolvemento é considerable e a rendibilidade non é inmediata.

P: ¿Con que problemas vos atopastes para implantar, utilizar ou xestionar este sistema?

R: A súa implantación obrigou a tomar medidas de seguridade adicionais en canto á protección de datos e a dispoñibilidade de servizo por parte dos clientes. O investimento de desenvolvemento tívose que complementar con inversións en proteccións de alto nivel, sistemas redundantes para garantir esa dispoñibilidade, etc. A isto hai que engadir o mantemento periódico e a supervisión diaria dos servizos e equipos. O mesmo tempo, as ferramentas evolucionan, o que obriga a que os clientes teñan que modificar o software do seu equipo, e isto conleva unha atención.

¿Como funciona a extranet de Frioya?

Os clientes desta empresa viguesa acceden á extranet a través do seguinte enderezo web:

<https://clientes.frioya.es>

Nun primeiro momento é necesario introducir os datos de acceso do cliente (nome de usuario e contrasinal).



Acceso á extranet

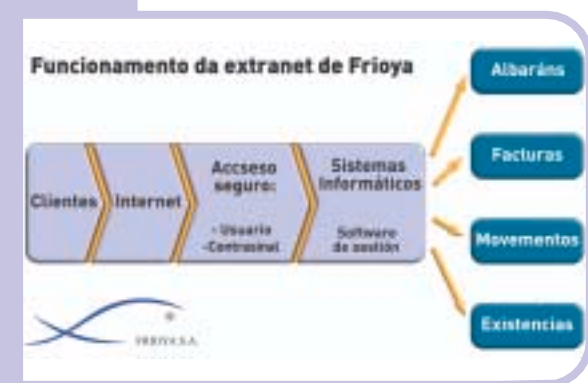
Con isto, o sistema garante a privacidade das comunicacións cun sistema tecnolóxico similar ó dos bancos (chamado SSL).



Consulta de albaráns

Unha vez dentro da zona de clientes, as empresas que traballan con Frioya poden acceder a toda a información relevante sobre o estado da súa mercadoría. Por exemplo, poden consultar un histórico con copias dos albaráns de entrada, saída ou traspaso de mercadorías ou mesmo acceder ás facturas. Tamén poden facer todo tipo de consultas sobre os movementos das caixas de peixe conxelado e acceder ó estado das súas existencias.

Coa posta en marcha da segunda fase, os clientes de Frioya poderán facer movementos de mercadorías e non só acceder á información relativa a elas.



Informe e-Barómetro Usuarios (I): hábitos dos galegos no tocante a Internet e ás novas tecnoloxías

¿Como usamos Internet os galegos?

Observatorio

Os datos que se desprenden da segunda entrega do Informe e-Barómetro 2002, no que atinxe ós usuarios, reflicten o pouco coñecemento dos galegos sobre as posibilidades da Rede e os recursos informáticos en xeral. As causas, entre outras: a falla de información e unha lenta incorporación da nosa comunidade ás novas tecnoloxías da chamada Sociedade da Información.

Tralo avance dos primeiros resultados do Informe e-Barómetro 2002 de Usuarios, no anterior número de e-negociogalicia, o Observatorio do Centro de Competencias ofrécelles máis información deste Informe, que se centra na presenza de recursos informáticos -ordenadores e Internet- nos fogares galegos. Estes datos pódense consultar na web do Centro de Competencias: www.e-negociogalicia.com/observatorio

O informe e-Barómetro está desenvolvido polo Equipo de Investigacións Políticas e Sociolóxicas da USC, pero ademais, para elaborar esta reportaxe, o Centro de Competencias en Comercio electrónico utilizou outras fontes: o ECaTT 2000 (Benchmarking Progress on

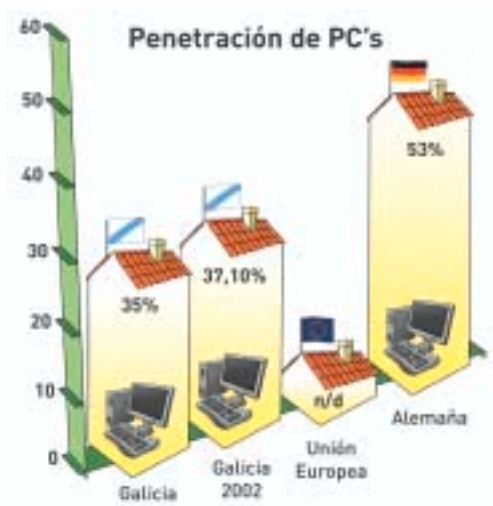
Electronic Commerce and New Methods of Work), o Eurobarómetro 2002 da Comisión Europea, e a OCDE (Organización para a Cooperación e Desenvolvemento Económico).

Ficha Técnica

Ámbito: Galicia
Universo: Fogares galegos
Tipo de Enquisa: Telefónica asistida por ordenador (CATI)
A Mostra: Municipios de Galicia estratificados segundo o seu tamaño poboacional
Tamaño da Mostra: 925 fogares
Selección de Entrevistas: Individuos que cumpriron os 16 anos
Erro Mostral: Nivel de confianza 95%, p = q, ±3,50% (conxunto de Galicia)
Datos de realización: Do 8 ó 16 de xullo de 2002

Ordenadores no fogar

Un 37,10% dos fogares galegos contan con ordenador persoal (Pc), o que supón un 2,10% máis que o pasado ano 2001. Aínda así, Galicia segue por debaixo da media europea en canto a penetración de ordenadores no fogar, que no 2001 acadaba o 45%, segundo datos do ECaTT 2000. En comparación con Alemaña, un dos países máis desenvolvidos en canto a TIC en Europa, a distancia aínda é maior: alí o 53% dos fogares teñen Pc.



¿Por que non mercar ordenador?

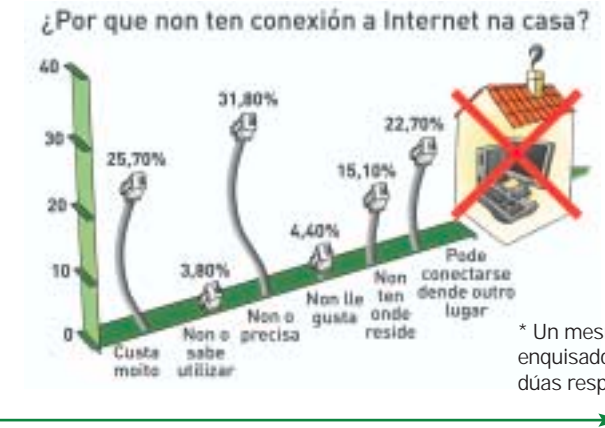
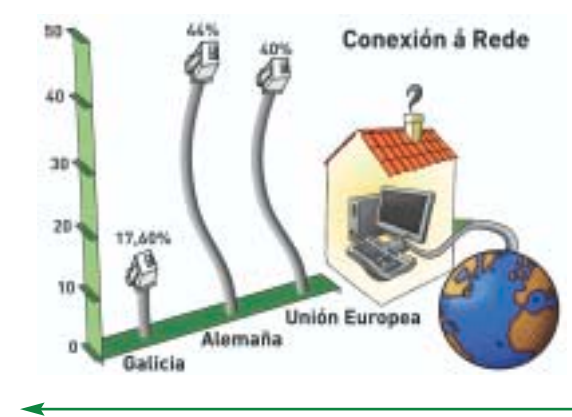
Ó preguntar ós enquisados que non teñen Pc (o 62,9%) cal é a razón pola que non o mercan, o 60,9% respondeu que non o precisa, o que da unha idea da falta de información e adaptación ás novas tecnoloxías que existe na nosa comunidade. O 31% restante esgrime como razón que non sabe utilizalo. Este grande descoñecemento pon de manifesto a necesidade dunha sensibilización permanente sobre as novas tecnoloxías no noso país.



Conexión a Internet no fogar: motivos polos que os usuarios non a teñen

O 17,6% dos galegos están conectados á Rede dende o seu fogar, a meirande parte deles concentrados no medio urbano. É esta unha cifra baixa en comparación co 40% dos europeos, segundo datos do Eurobarómetro do 2002. Ademais, a media de Europa vese penalizada ó ser o resultado da suma dos países máis e menos desenvolvidos. Para facernos unha idea, en Alemaña, un dos países máis avanzados, o 44% da poboación está conectada á Rede. A principal razón pola que os galegos non dispoñen de

conexión a internet na casa é porque non a necesitan (31,8%). O alto custo dunha conexión é a segunda razón (25,7%), un dato preocupante, se temos en conta que en moitos países europeos considérase que 30 euros ó mes é un custo alto para unha conexión a Internet de banda ancha. O feito de non ter conexión no lugar onde viven ocupa o cuarto lugar desta lista, e está relacionado en grande medida cos problemas de dispersión xeográfica da realidade rural galega.



Máis da metade dos galegos escollen a "tarifa plana"

Un 57,10% dos galegos con conexión á Rede dende o seu fogar posúe "tarifa plana", é dicir, paga unha cota mensual fixa, independentemente do seu tempo de conexión. Na meirande parte dos países

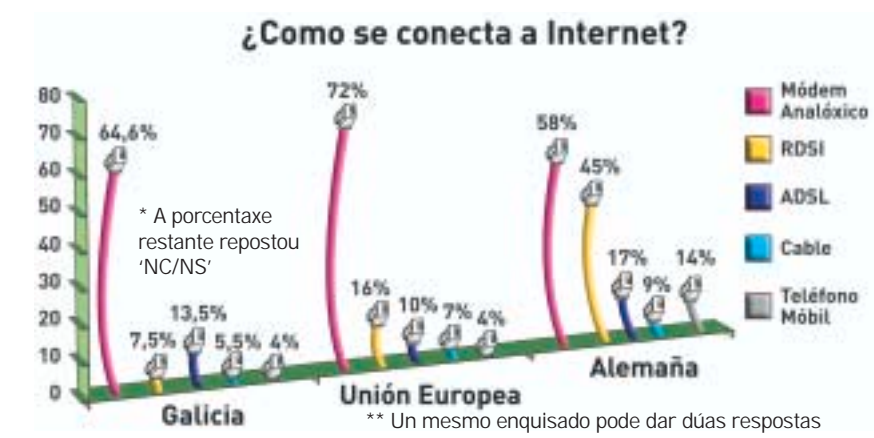
desenvolvidos de Europa, a conexión a Internet é máis barata que en España, e nela vén implícito o concepto de "tarifa plana", xa que non existe a posibilidade de pagar por cada conexión que se realiza.



O módem, primeiro método de conexión

A maioría dos galegos conectados á Rede escollen o módem analóxico (64,6%) como primeira forma de acceso, ó igual que a maioría dos europeos: a media europea é un 72%. Tamén en Alemaña, un dos países europeos máis avanzados é o método preferido (58%), seguido do RDSI (45%). O ADSL é o seguinte medio de conexión máis utilizado en Galicia: supón o 13,5%, mentres que pola contra en Europa o segundo método máis escollido é o RDSI (16%). A forma que menos empregan os internautas galegos para conectarse á Rede é o teléfono móbil (4%), coincidindo coa media europea, a diferenza dos alemáns (17%), que o que menos usan é o cable (9%). No

noso país, o cable supón a forma de conexión utilizada polo 5,5% dos internautas, mentres que en Europa escóllena o 10%. Por último, un 7,5% das conexións a Internet en Galicia decántanse polo RDSI, así como o 16% dos europeos e o 45% dos alemáns.



Galicia diversifica a súa oferta na Rede: dende pisos ata productos da terra

'Tusinmobiarias' canaliza a oferta inmobiliaria galega por Internet

En marzo do 2002 constitúese en Pontevedra a empresa "Tu Buscador de Información S.A." cun capital social inicial de 120.000 euros, co obxectivo de ofrecer servizos para particulares que queren mercar ou alugar vivenda. Para isto, creouse a web www.tusinmobiarias.com, unha canle de conexión entre os clientes, inmobiliarias e promotores, que está xestionada por un equipo de catro persoas da empresa Cesiga S.A.



David Guerrero
Director comercial

Esta web ofrece información de 120 inmobiliarias e empresas promotoras, que pagan 60 euros mensuais polo servizo. Actualmente, a base de datos de Tusinmobiarias conta cuns 8.000 inmobles. A vantaxe da web radica en que a oferta deste servizo de asesoramento é gratuita para o internauta, e este pode facer dende a web tódalas súas xestións coas inmobiliarias e promotoras. Tusinmobiarias recibe entre 6.000 e 8.000 visitas ó mes. O proxecto cobre actualmente a oferta das catro capitais galegas e conta xa con dúas oficinas en Asturias, "movidos pola crecente necesidade de ampliar mercados e porque non hai un servizo parecido no mercado *on line* español", segundo di o director comercial, David Guerrero. A comenzo deste ano 2003, pensan ampliar a oferta a Madrid, para dar despois o salto a Cataluña e Levante. Ademais, ampliaron capital en 75.000 euros, agardando chegar ó longo do vindeiro ano ós 300.000 euros.

www.tusinmobiarias.com

Compraenzua.com vende productos típicos da terra

Compraenzua.com é un portal creado en setembro do 2002 que aproveita a capacidade da Rede para abrir novos mercados ós produtos de Arzúa: queixos, chourizos, lacóns, mel, etc. O responsable do proxecto, Carlos Fernández, reconece que é difícil integrar Internet no medio rural, pero pensa que pode ser moi beneficioso para pequenos produtores que, así, poden chegar a moitos clientes potenciais ós que doutro xeito non chegarían nunca.



A páxina foi elaborada polo equipo de JHC Servizos Informáticos, con quen Carlos Fernández entrou en contacto a través de R, compañía que lle proporciona o servizo de aloxamento web. Caixanova é a entidade que xestiona os pagos electrónicos. O custo inicial de desenvolvemento do portal (inclúe diferentes tendas e servizos) e do aloxamento web foi de case 4.000 euros.

Catro meses despois do seu nacemento, o portal conta con tres tendas virtuais que están xa en funcionamento: en www.arzuan.com pódense mercar os famosos queixos de Arzúa; Arzuan de Prol vende outros produtos da comarca como os grelos de Dombodán, mel, ou mesmo un cocido completo; e Recambios José ofrece maquinaria e recambios para xardinería agrícola e forestal. O portal conta tamén cun servizo de inmobiliaria, onde os visitantes poden ver de casas e pisos de ata catro constructoras diferentes da zona.

www.compraenzua.com

Bricolink.com: unha empresa familiar na Rede

A empresa familiar **José Antonio Freire y Josvy S.L.** leva máis de 25 anos adicada ó mundo da ferretería en Valdoño (A Coruña). A mediados do 2000 decidiron abrir unha nova área de negocio a través de Internet, e así crearon

www.bricolink.com, coa idea, segundo conta o seu responsable, José Carlos Freire, de experimentar no campo do comercio-e e abrir novos mercados, xa que a empresa "estaba limitada por atoparse nun pobo pequeno". Cunha inversión inicial de 3.000 euros e cuns 400 euros anuais en gastos de mantemento e hosting, a web é controlada polo mesmo persoal que traballa na tenda física. Nela pódese mercar todo tipo de produtos de ferretería e bricolaxe, empregando a pasarela de pagos de CaixaGalicia.

No 2001 duplicouse o número de visitas e compras con respecto ó ano 2000. Neste período, acadaron unha clientela fiel, xa que o 30% dos clientes repetiu compra. Para que a web teña éxito, dende Bricolink ofrecen precios inferiores ós das tendas tradicionais. Aínda así, as vendas electrónicas non superan ás da tenda física, pero esta empresa asegura que apostará pola web mentres siga xerando beneficios.

www.bricolink.com

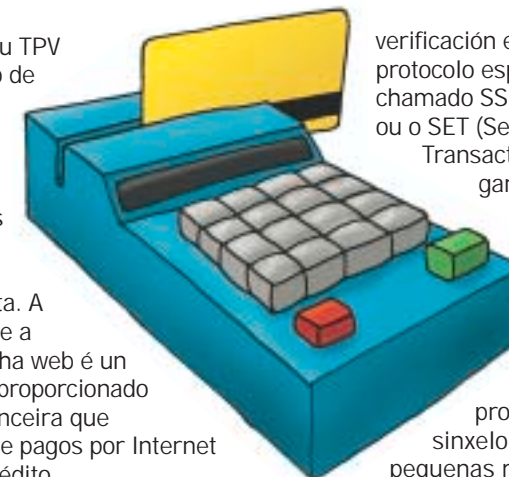


Como construír unha tenda virtual (IV)

A pasarela de pagos

Estamos inmersos de cheo nunha iniciativa de comercio electrónico. Xa temos un catálogo de produtos na nosa web, incorporamos o carriño da compra e agora hai que refrendar esta iniciativa coa incorporación da pasarela de pagos ou TPV virtual (Terminal Punto de Venda). Trátase dun paso no que hai que contar coa colaboración dunha entidade financeira.

A pasarela de pagos ou TPV virtual (Terminal Punto de Venda) é un sistema semellante ó das TPV que hai nos establecementos comerciais tradicionais e que se empregan para que os clientes podan pagar con tarxeta. A diferenza radica en que a pasarela de pagos dunha web é un programa informático proporcionado por unha entidade financeira que permite a aceptación de pagos por Internet feitos por tarxeta de crédito.



verificación e que emprega un protocolo especial, que pode ser o chamado SSL (Secure Sockets Layer) ou o SET (Secure Electronic Transaction). Estes protocolos garanten a confidencialidade dos datos e a seguridade nas transaccións.

¿COMO SE INSTALA?

Incluír na nosa web a pasarela de pagos é un proceso relativamente sinxelo, pero que require pequenas modificacións para que a TPV virtual poda conectarse coa entidade

financeira de forma segura. Para conectar a TPV virtual ou pasarela de pagos coa nosa web é necesario primeiro contratar este servizo cunha entidade financeira.

¿COMO FUNCIONA?

O cliente introduce os seus datos persoais na páxina web, que logo lle solicita os datos bancarios (por exemplo, o número de tarxeta de crédito). É unha comunicación crítica no proceso xa que, nese momento e con esta información, a TPV conéctase coa entidade financeira da tenda virtual para verificar os datos facilitados polo cliente e proceder a validar os datos do pago. É neste momento cando a entidade financeira intervéñen para autorizar ou denegar a operación. Ademais, a entidade financeira propietaria da TPV virtual facilita á tenda de comercio electrónico a posibilidade de consultar as operacións autorizadas, e mesmo lle da a capacidade para revocar algunha compra xa autorizada. Pódese dicir que a TPV virtual é onde ten lugar a transacción de pago completa.

SEGURIDADE NO PAGO

Todas estas comunicacións entre a tenda, o cliente e a entidade financeira realízanse baixo o que se chama "servidor seguro", que é un ordenador certificado por unha entidade de



¿CANTO CUSTA?

As dúas principais caixas de aforros galegas, CaixaGalicia e Caixanova, ofrecen este servizo para o cobro e pagos en Internet con tarxeta de crédito/débito. Este sistema liquida e ingresa de xeito automático as vendas realizadas.

No caso de CaixaGalicia, o servizo non ten custo de instalación ou mantemento. O único custo é o desconto comercial que se aplica a cada operación realizada pola TPV virtual, e que oscila entre o 1,9% e 3,5%, segundo a actividade do comercio. Para contratar a TPV só é necesario ter conta aberta en CaixaGalicia e firmar un contrato de TPV virtual.

No tocante a Caixanova, o único custo para o comercio é a comisión correspondente a cada venda realizada a través da TPV Virtual, calculada en base a unha estrutura de custos semellante á aplicada nas vendas por TPV física.

Os bancos e outras entidades financeiras tamén facilitan o servizo de pasarela de pagos. Nos vindeiros números trataremos de xeito máis extenso este servizo bancario.



¿Vendes pola Rede? Se tes unha iniciativa de comercio-e, cóntanola nun e-mail a: revista@e-negociogalicia.com

A empresa galega R ofrece un servicio integral para a venda *on line* ¿Que é unha plataforma de comercio-e?

Unha plataforma de comercio electrónico é un servicio global que cobre tódalas necesidades do empresario que quere montar un negocio virtual. É dicir, dende o albergue da web da tenda, ata a creación da pasarela de pagos integrada, pasando polo servicio de administración dos pedidos, cobros, clientes, descontos, bases de datos, etc.: todo baixo o mesmo teito.

Para montar unha tenda electrónica, son moitas as empresas que recorren a unha plataforma virtual que lles proporciona todo o que precisan: aloxamento da web (*hosting*), ferramentas para administrala, pasarela de pagos... Deste xeito, o empresario non ten que buscar por separado os provedores precisos para cada peza do seu negocio en Internet. O resultado de empregar unha plataforma de comercio electrónico: a creación dunha tenda virtual faise a miúdo en menos tempo e cun custo máis baixo.

A PLATAFORMA DE R
R, a operadora galega de comunicacións por fibra óptica, ofrece unha plataforma de comercio-e, mediante a cal o empresario pode crear a súa propia tenda *on line* ou ampliar as súas funcionalidades, todo sen ter que recurrir a diversos provedores. A versatilidade desta plataforma permítelle adaptarse ás necesidades de cada cliente, de xeito que cada empresa pode desenvolver o seu proxecto de comercio electrónico sen ver condicionada a súa estratexia en Internet a medio prazo. Para explicar máis en profundidade en que consiste esta ferramenta de R, abonda con botar unha ollada ó seu funcionamento.

Funcionamento da plataforma

A plataforma consta de dúas partes: a de **xestión interna** e a **tenda virtual**.

A XESTIÓN INTERNA

Co sistema de xestión interna (*backoffice*) de comercio electrónico, o empresario xestiona funcións da venda *on line*, como a captura de ordes de compra, a xestión dos pagos *on line*, a distribución de bens físicos...

Así, esta ferramenta facilita ó empresario as tarefas de administración máis comúns da súa tenda. A tenda administra a información de xeito centralizado (registro de usuarios, informes de actividade, claves, etc) e, no que respecta á xestión de ordes de pedidos, estos pódense calcular automaticamente, xunto co IVE e custos engadidos. Hai que resaltar que para o procesamento dos pagos esta ferramenta permite conectarse ós procesadores de pago máis habituais e xestionar pagos mediante tarxetas de crédito e débito, micropagos, *pay-per-view*, suscripcións e periodos de proba, pagos a prazos. No caso de negocios entre empresas (B2B), permite xestionar compras baseadas en contas de

clientes, todo con maior nivel de seguridade. Outra posibilidade que ofrece a plataforma de comercio electrónico de R é a creación e xestión de contas dos compradores: o empresario pode engadir o medio de pago,

consultar históricos de compras, consultar listas de suscripcións ou ver a situación das ordes de compra dos seus clientes.

Outros servicios de valor engadido permiten o cálculo dos impostos aplicables a unha compra, un servidor de fax e un módulo de detección de fraudes en pago.

A TENDA VIRTUAL

Con esta plataforma de comercio electrónico, o empresario pode crear e manter a súa propia tenda virtual. Ademais das tarefas de administración básicas mencionadas na parte de xestión interna, este servicio de R conta con funcionalidades como:

- O carriño da compra (ver **e-negociogalicia 06**).
- Soporte para tarxetas.
- Autorización de pago en tempo real e liquidación automática.
- Soporte para envíos parciais, pedidos atrasados e devolucións.



A firma electrónica: ¿existe xuridicamente?, ¿é de utilidade?

Legislación

Estamos moi afeitos á tinta e ó papel. Semella que só existe un contrato se queda recollido nunha serie de follas asinadas, a ser posible, mataselladas e incluso en papel timbrado. Nada máis lonxe da realidade xurídica. Tódolos días celebramos dúcias de contratos sen decatarnos: ó mercar o xornal, tomar un café, coller o bus ou ir ó cine. Son contratos "non escritos", pero válidos legalmente. De feito, se o xornal está mal impreso ou o café está frío, podemos reclamar a súa restitución ou a devolución dos cartos, incluso por vía xudicial. A pesar disto, en moitas situacións é convinte, e incluso necesario, que haxa un documento escrito, xa sexa polo valor ou importancia do asunto ou por esixencia legal. Agora ben, incluso neste caso, "escrito" non é sinónimo de "en papel". Proba disto é o Real Decreto-Lei

14/1999, de 17 de setembro, que regula a Sinatura Electrónica. Con esta normativa, España convertiuse nun dos primeiros países en recoñecer legalmente a validez dun documento asinado dixitalmente. O mesmo documento é máis seguro e fiable posto que a sinatura electrónica non só indica "quen asina", senón tamén "o que asina", xa que se vincula ó propio texto do documento (e isto en papel é imposible). Daquela, a sinatura electrónica existe xuridicamente dende 1999 no noso país e é útil. Mais, ¿utilízase na práctica? Non todo o que sería desexable. Sen embargo, hai un exitoso exemplo da implantación e utilidade da sinatura electrónica: a declaración de impostos *on line*. Lamentablemente non cundiu no ámbito privado e, por iso, o Goberno prepara unha importante reforma,

co Anteproxecto dunha nova Lei de Firma Electrónica de 26 de xullo de 2002, que contempla a creación do Documento de Identidade dixital, o que suporá a xeralización da tendencia e uso da sinatura electrónica no noso país. Se ten éxito, axudará a dotar dunha maior seguridade xurídica ó comercio-e e a que "cambie o chip" e confiemos ó menos tanto na realidade dixital como na física (se non máis).
Víctor Salgado Seguí
Pintos & Salgado Abogados
vsalgado@pintos-salgado.com
www.pintos-salgado.com



Promocione a súa web: a alta en buscadores (III)

e-Marketing

Finalizamos a serie de artigos sobre "A alta en buscadores" con algúns consellos para a alta manual e falando dos programas de rexistro e as empresas especializadas neste servicio. Para aparecer rexistrado e acadar un bo posto nos buscadores, cómpre especificar ó máximo a información sobre a páxina web cando facemos a alta de xeito manual (ver e-negociogalicia 06). Isto require definir aspectos como a temática, o idioma, as características, información sobre os produtos que ofertamos... Por exemplo, será máis fácil aparecer rexistrado nos buscadores se indicamos que a nosa web se adica á venda de caracois da clase 'Helix-Aspersa', que se indicamos soamente que vendemos 'caracois'. Outro tema a ter en conta para promocionar a nosa páxina web é o esforzo de intercambio de enlaces con outras webs. Convén poñer enlaces noutras páxinas de produtos relacionados cos nosos que dirixan tráfico de visitas ata nós. Ademais, algúns buscadores (como Google) teñen en conta a cantidade de enlaces á nosa web á hora de clasificala diante ou detrás de outras páxinas similares. Cantos máis enlaces haxa apuntando cara a nosa web, mellor.

Entre os consellos básicos para rexistrar unha web cabe suliñar o esforzo continuo que debe facerse para manter a web nos buscadores. Normalmente, os buscadores actualizan periódicamente a súa base de datos de rexistro de páxinas, co que unha labor continuada de mantemento do rexistro evitará que a nosa web baixe postos nos buscadores a medida que pasa o tempo.

PROGRAMAS DE REGISTRO

Cómpre sinalar que existen programas de rexistro que fan a alta de xeito automático en moitos buscadores. Algúns destes programas pódense conseguir gratis por Internet (www.softonic.com ou www.download.com). Xeralmente, estes programas son válidos para facer o rexistro na meirande parte dos buscadores, aínda que non adoitan a ser efectivos cos máis importantes, nos que é mellor recurrir á alta manual. Por último, existen empresas especializadas na alta en buscadores, que ofrecen os seus servicios en Internet. Estas empresas teñen uns prezos que varían de xeito sustancial e, normalmente, garanten o rexistro nalgúns buscadores importantes, pero nunca en Google (www.google.com).

Primeiros cursos de comercio electrónico do 2003

O 29 de xaneiro comezan os novos cursos do Centro de Competencias para este ano 2003. A Coruña, Vigo, Lugo, Ourense e Pontevedra son as primeiras cidades destino do Programa de Formación en comercio electrónico no que colabora a Universidade da Coruña. As inscricións están abertas en:

www.e-negociogalicia.com/formacion

O que sigue é o calendario cos próximos eventos, de xaneiro a marzo:

Próximos Cursos			
Lugar	Data	Horario	Enderezo
A Coruña	29 ó 31/01	16:30-20:30h.	Aula de Teleformación. Escola de Arquitectura. Edificio de departamentos. Campus da Zapateira.
Vigo	11 ó 13/02	16:30-20:30h.	Centro de Apoio Científico Tecnolóxico á Investigación (CACTI). Campus As Lagoas. Marcosende sn
Lugo	18 ó 20/02	16:00-20:00h.	Aula de Productos Lácteos. Recinto feiral. El Palomar
Ourense*	25 ó 27/02	16:30-20:30h.	Centro Multimedia. Delegación de Cultura. c/ Curros Enríquez nº 1 Edificio da Torre
A Coruña	5 ó 7/03	16:30-20:30h.	Aula de Teleformación. Escola de Arquitectura. Edificio de departamentos. Campus da Zapateira.
Pontevedra*	11 ó 13/03	16:00-20:00h.	Centro Sociocultural CaixaGalicia. Aula de Informática. Plaza San José nº 3
Ferrol	25 ó 27/03	16:00-21:00h.	CIS Galicia. A Cabana sn

* Pendente de celebración segundo demanda.
 ** Estes cursos poden sufrir variacións. As datas e os horarios actualizados están dispoñibles en www.e-negociogalicia.com

- **B2E (Business to employer):**
 Aplicación práctica das TIC dentro da empresa: trátase de proporcionar servizos ós empregados a través dunha intranet. Ofréceselle o acceso á información empresarial de utilidade, como a xestión das vacacións, nómina, etc. incluíndo as vantaxes de traballar nesa compañía.

- **REDE DE CABLE DE FIBRA ÓPTICA:**

Rede de telecomunicacións de alta velocidade, baseada na tecnoloxía de fibra óptica, que posibilita a transmisión totalmente integrada e segura de sinais de voz, datos, imaxes e vídeo de forma simultánea, cunha calidade e velocidade superior á que se pode obter a través doutros soportes.

- **HTML (Hypertext Markup Language ou Linguaxe de Marcado de Hipertexto):**

Linguaxe informática para crear documentos para a World Wide Web, é dicir, para desenvolver páxinas web. A través dunha serie de etiquetas ou instrucións estrutúrase o contido dunha web e inclúense os enlaces a outras páxinas. O código HTML, mediante estas marcas especiais, indícalle ó programa navegador como ten que amosar o texto.

A feira virtual

Internet proporciona axuda para combater o fuel

A catástrofe do Prestige despertou a nosa curiosidade e comezamos a investigar entre os postos desta Feira Virtual. A Rede pón á nosa disposición webs de utilidade para intentar controlar a contaminación, para protexernos do fuel e para combater o lixo da maneira máis organizada posible.

Esta empresa inglesa que presenta a súa web tamén en ruso, é especialista

no deseño, manufactura e suministro de sistemas de control da contaminación, sobre todo a causada polos verquidos de petróleo. Arredor duns 120 países contrataron xa os seus servizos e entre os seus clientes atópanse compañías petroleiras, gobernos, e organizacións que responden ós verquidos. En outubro foi contratada para limpar petróleo das augas do porto de Sydney, en Australia.
<http://www.vikoma.com>



En Epica atopamos de todo para a protección individual e a seguridade laboral: lentes, cascos, mascarías, protección para os oídos, luvas, calzado, cordas, vestiario, sinalización... Ademais, ofrécese EPI's (dispositivos de protección) certificados e de primeiras marcas. Xunto ó coidado deseño desta tenda virtual alacantina, atopamos ofertas especiais, un agasallo co primeiro pedido, un boletín de novas, consellos para elixir os produtos, etc. Unha web moi completa tanto en información como en produtos.
<http://www.epica.es>



Contedores e espazos modulares son os produtos estrela da web de Containex, empresa austríaca que vende e aluga *on line* en España e noutros países europeos a través dos seus distribuidores. Contedores de oficina e para equipos, sanitarios, de almacén, de embalaxe e marítimos, para que ningún lixo quede fóra de lugar. Os usos: dende actos sociais a catástrofes naturais, pasando por axuda humanitaria. A web está dispoñible en seis idiomas.
<http://www.containex.at>

