

## B2B: variaciones sobre algún tema

### B2B: variaciones sobre algún tema

La incertidumbre que pesa sobre el comercio electrónico puede volver loco al más pintado si pretende extraer alguna conclusión de los estudios y previsiones que abundan por doquier; más que introducir suaves variaciones en una sólida armonía, estos informes añaden disonancias y estridencias.

Está muy claro que en esto del comercio electrónico pocas son las cosas que están claras; a pesar de que hace unos meses la nueva economía era lo más y de que el comercio electrónico parecía la bestia negra del comercio tradicional lo cierto es que con la crisis de las ".com", la congelación del capital riesgo y la selección natural que ha eliminado de la faz de Internet las propuestas fantasiosas, lo cierto es que cada vez son mayores las dudas. Así se pone de manifiesto en las previsiones y cifras con que trabajan las más prestigiosas consultorías del planeta, y sobretodo en lo que al business-to-business (B2B) se refiere, uno de los ramos del comercio electrónico que más futuro parece que tendrá ante la necesidad de las empresas de reducir costes para ser más competitivas en el mercado global.

Un estudio elaborado por Baquía Inteligencia, por ejemplo, indica que el comercio electrónico entre empresas supondrá dentro de tres años el 2% del Producto Interior Bruto (PIB) español. Los datos del informe indican que a lo largo de este año el B2B moverá en España alrededor de 2.557 millones de dólares (460 millardos de pesetas). El estudio pone de manifiesto, además, que más de 50.000 empresas ya desarrollan actualmente actividades relacionadas con el comercio electrónico. Los autores del estudio consideran que Internet sigue ofreciendo buenas oportunidades, ya que gran parte de las mencionadas empresas obtienen el 65% de sus ingresos en el cobro de las comisiones por cada transacción online realizada. Las plataformas digitales ayudarán, según los mismos datos, a reducir los costes en los intercambios comerciales. Si la tendencia se mantiene el 62% del PIB se concentrará en el sector de la electrónica, la construcción, la energía, la agricultura y la química.

Pero no todo es de color de rosa: las caídas bursátiles ponen de manifiesto la necesidad por parte de las plataformas B2B de replantearse radicalmente su negocio. Aunque siguen apareciendo nuevos competidores, la mayoría de estos mercados B2B online carecen del volumen de transacciones y liquidez necesarios para sobrevivir. Estas son las principales conclusiones que Richard Wise y David Morrison, socios de Mercer Management Consulting, ponen de manifiesto en su trabajo *Beyond the Exchange: The Future of B2B*, publicado en *Harvard Business Review*. En este estudio, estos expertos demuestran que el actual esquema de muchos negocios B2B de Internet descansa sobre premisas equivocadas. Muchas plataformas transaccionales, aseguran, operan contra las prácticas más avanzadas en cuanto a las relaciones comprador-vendedor, cada vez más estrechas y de carácter estratégico, y menos regidas por la mera búsqueda del menor precio posible. Morrison y Wise predicen que una nueva generación de negocios B2B de Internet, contruidos en torno a varios modelos de negocio distintos e interdependientes, sustituirá el panorama actual, de puro intercambio transaccional. Esta nueva ola incluiría:

- las 'mega-plataformas', de las que sólo un pequeño grupo ocupará un lugar prominente en el universo B2B,
- las 'compañías especialistas', que gestionarán la agregación de transacciones complejas antes de enviarlas a plataformas de mayor alcance (como las 'mega-plataformas') para su ejecución,
- los 'e-especuladores', que buscarán aprovechar la abundancia de información en el mercado y la volatilidad de los precios para comerciar con tal información,
- y los 'mercados de oferta de activos' que crearán las redes y proporcionarán las herramientas necesarias para permitir a proveedores realizar transacciones entre ellos.

Wise y Morrison creen que las tendencias que se combinaron para renovar los mercados financieros sirven como guía para vislumbrar la evolución del comercio B2B en Internet. Entre estas tendencias cabría destacar:

- Fragmentación: Así como el papel generalista del banco tradicional se desarrolla ahora en varias divisiones con funciones especializadas, la misma reorganización tendrá lugar en el mundo B2B.
- E-especulación: A medida que los mercados financieros se volvieron más competitivos, las comisiones por transacciones disminuyeron progresivamente.
- Provisión de soluciones: A medida que el ingreso por transacción ha caído, las instituciones financieras han promovido servicios completos de gestión de cartera, con el objetivo de consolidar y reforzar tanto márgenes como relaciones con

clientes.

Por si fuera poco, el vacío legal en el B2B y en el B2C no ayuda demasiado a su evolución. El director del Departamento de Ciencia Y Tecnología e Industria de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Risaburo Nezu, declaró hace unos meses, en el marco de una conferencia en la Haya, que 'el desarrollo de mecanismos alternativos para solucionar los litigios entre empresas y consumidores en materia de comercio online es una cuestión urgente'. Nezu asegura que una de las razones que explican el fracaso de algunas plataformas de comercio electrónico a lo largo de estos últimos meses es la desconfianza y la inseguridad que producen los mecanismos de control de Internet en los usuarios. De hecho, la progresiva incorporación a la Red de nuevos internautas ha provocado un incremento considerable de los litigios transaccionales contra los que Nezu recomienda mecanismos alternativos como la mediación o el arbitraje que incluso pueden administrarse online.

Viendo todo eso, lo cierto es que más que seguir una línea fluida, como el bel canto o las maravillosas arias del verismo, que aunque sometidas a variaciones siguen siendo bellas, lo cierto es que el comercio a través de Internet más parece una partitura de Metallica o cualquier otro grupo de rock duro con esas estridencias imprevisibles.

Fuente: iActual