

NEGOCIOS EN INTERNET

Internet realiza extremadamente bien una función: permite el contacto directo entre las personas. Profesionales como los brokers, los agentes intermediarios y los comerciantes (los "hombres medios" en muchos mercados), pueden verse amenazados.

Muchos creen que los agentes de viajes serán menos solicitados a medida que la gente pueda realizar, cada vez más, las reservaciones de vuelos y de habitaciones en hoteles a través de la Web. Un sitio denominado "Travelocity" ofrecerá foros de conversación en vivo (live chat forums) con expertos en viajes, listados de restaurantes y de entretenimientos, y hasta venta de equipaje a través de la red. ¿Desaparecerán los agentes de viajes? Los observadores lo dudan. Las agencias de viajes que ofrezcan servicios personales confiables sobrevivirán y prosperarán.

Las inmobiliarias se verán afectadas. Los agentes inmobiliarios le cargan al vendedor de la propiedad una comisión, generalmente, del 6% del precio de venta (\$12000 en una casa de \$120000), un gran incentivo para los vendedores para buscar otras formas de comercializar sus propiedades. Las listas de inmobiliarias en Internet pueden incluir fotografías y planos, así como también información descriptiva. Este tipo de sitios web cargan al vendedor con una pequeña comisión, en algunos casos, de tan poco monto como \$15 por mes para figurar en los listados. Los posibles compradores pueden acceder en forma gratuita a dichas listas. Algunos sitios, tales como "Properties OnLine", incluyen listas de cualquier lugar y se basan en poderosas herramientas de búsqueda para ayudar a los visitantes a localizar lo que ellos desean. Otros, tales como "BayNet World, Inc." se especializa en un área determinada, en este caso, el área de la Bahía de San Francisco. Las firmas inmobiliarias más tradicionales, como "Coldwell Banker" también están estableciendo su presencia en la red, tratando de capturar parte del negocio del ciberespacio. Sin embargo, continúan cobrando comisiones.

En los negocios afectados por Internet, los "hombres medios" deberán ajustar sus servicios al nuevo modelo de negocios o crear nuevos servicios basados en este nuevo modelo. Han aparecido tantos servicios inmobiliarios en Internet (40000 hasta principios de 1996), que un nuevo tipo de agente inmobiliario ha surgido para poder competir eficazmente. El emprendedor Jerry Caviston lanzó un servicio basado en Internet, denominado "Matchpoint", el cual opera con una herramienta de búsqueda armada a medida para localizar casas en venta on-line. El servicio es gratis para los posibles clientes; su ganancia proviene de cobrar una pequeña comisión a los corredores inmobiliarios.

No todos los "hombres medios" desaparecerán, ya que hay muchos servicios que la Web simplemente no puede "copiar", particularmente en las compras de bienes físicos. Los comerciantes que ofrecen sus bienes por la red, tales como "Auto-by-Tel" y "DealerNet" permiten a los navegantes buscar modelos particulares de autos ofrecidos por los vendedores participantes, pero la gente no puede tomar un auto y manejarlo... Ellos necesitan probar el manejo del auto y hacerlo chequear por un mecánico, funciones que sólo pueden ser mejor realizadas por una agencia de automóviles...

1. ¿Cómo está cambiando Internet el modelo de negocio de estas organizaciones?
2. Sugiera y discuta de qué forma otras organizaciones pueden ser afectadas por la Web.