

# INTERNET-EKO MERKATUA

*JOSE MANUEL BARRUTIA<sup>1</sup>*

---

Internet-en funtsa ordenadoreen arteko komunikaziorako protokoloen jokoa da. Beste ordenadore bati datuak bidaltzeko transmisio-kontrolerako protokoloa eta Internet protokoloa —gaur egun hain famatuak diren TCP/IP siglak— erabiltzen dituen edozein ordenadorek, ikuspuntu teknikitik bederen Internet-en parte hartzen du. Internet ez da kable edo hodian multzo jakin bat, zeintzuen gainean datuak garraiatzen baitira, aitzitik Internet-eko datuak garraiatzen dituzten loturek eta sateliteek bestelako datuak ere bideratzen baitituzte aldi berean, eta irizpide komertzial eta ekonomiko oso desberdinetan oinarrituz ustiatzen dituzten operadore diferenteei dagoz-

kie. Nolabait esateko, transmisioko hodiaren kontzeptuak Internet-en definizio implizituaren parte egiten du, baina Internet-eko komunikazioek baliatzen dituzten enlazeak edo loturak oso aldakorrek dira, eta ez dute sarea inola ere definitzen. Internet ere ez da, bestalde, aplikazioen multzo espezifiko bat, World Wide Web (WWW edota, soilik, Web deitua), eztabaida-topaguneak edota posta elektronikoa izan daitezkeen bezala. Horiek, azken finean, Internet-en aplikazioak dira, Internet arautzen duten protokoloetan oinarrituak daudenez, baina ez dute Internet liburu-multzo batek hizkuntza edo lengoia jakin bat definituko luketena baino gehiago ezta harago ere definitzen.

Internet-en definizio hain amorfo —eta beharrezko— horixe da, hein handi batean, Internet-en erabiltzaile-kopuruaren inguruan egin diren estimazioetan sortutako gaizkiulertuen erantzule nagusia: Internet-era heltzeko eta hori erabiltzeko metodoak arras aldatzen dira batetik bestera. Bere etxean modem bat eduki eta Internet-eko sarbide-nodo batera iristen dena beste erabiltzaile bati posta elektronikoko mezu bat —testuek soilik osatzen dutena— bidaltzeko, Internet-en sartu da, noski, baina baita enpresa batetik, adibidez, Web-aren mundu interaktibo eta grafiko horretan barrena nabigatzeko banda zabaleko sareak erabiltzen dituen erabiltzailea ere, eta baten nahiz bestearen sarrera eta erabilera guztiz diferenteak dira.

## ZERGATIK INTERNET?

Hasiera batean, behintzat, Internet-ek ordenadoreen erabiltzaileei eskaintzen dien balio erantsia elkarren artean komunikatuz aritzeko gaitasuna da (interoperabilitatea esaten zaiona): Internet-en garrantzia eta jendearen begietara hain bizkor eta hain denbora gutxian jauzi egitearen arrazoia horixe da, Internet-eko protokoloek *lingua franca* moduko bat osatzen dutela informatika-mundukoentzat. Jatorrian elkarren artean gatazkak eragin zitzaizketen Unix plataformen artean ikertzaileei datuak konpartitzeko modua emateko sortuak eta garatuak izan baziren ere, protokolo horiek gaur egun era guztietako

ordenadoreen erabiltzaileentzat balio dute, hasi pertsonaletatik eta sistematik handienetaraino. Horrela, ikus dezakegun bezala, protokoloak nahiko sinpleak dira (duela 20 urte baino gehiago definitu ziren) eta gaur egun aplikazio komertzial eta industrialean modu orokorrean ezarri ahal izateko beharrezkoak diren funtzionalitate garrantzitsu mordoxka bat falta zaie. Hala ere, protokoloek arrakasta handia lortu dute, eta beren mugapen horien guztien gaintik ere erabat onartuak izan dira, informatikaren mundua inter-operatu behararen aurrean etsi-etsi eginda dagoelako. Internet-eko protokoloen aplikaziorik sinpleena eta oinarrizkoena (posta elektronikoa) da, konparaziorik gabe, gaur arte sortutako Internet-en utilitate eta zerbitzu guztietatik implementatuena eta hedatuena, eta sustrai-ko bere implementazio bizkor horrek (ez baitzen enpresa komertzial bat bera ere agertu implementazio horren alde) ondotoxo frogatzen du inter-operatibitatearen beharrian hori oinarrizkoa eta orokorra dela. Horixe da kasua, Internet-eko protokoloek aukera eman baitute mundu-mailako komunikazio-sare bat sortzeko, testu-mezuen elkartruke bizkor eta merkea ahalbidetzen duena.

Mundu zabaleko azpiegitura informatikoa zatikatu egin da, ordea, sistema informatikoen jabe diren arkitekturak ikaragarri ugaltu direlako, eta horrek produktibitatearen galera handia dakar. Datuak konpartitu eta komunikatzera bideratutako garapenek ez dute jakin datuak prozesatzeko indarrean eta ahalmenean gertatu diren aurrerapen geldiezinen erritmoa lortzen ezta horri jarraitzen ere. Horrexegatik, Internet-eko protokoloen lorpenetako bat da, aurreneko aldiz utzi dutela ikusabartzen zer-nolako aukerak zabaltzen zaizkion erabiltzaileari elkarren artean bateraezinak edo inkompatibleak diren sistemen arkitekturak ezarritako traba horiek gainditu eta hesiak zeharkatzen dituen.

Internet fenomenoaren inguratzen duen etengabeko leherketa eta zaparrada inter-operabilitateak informatikaren eremuan eskaintzen duen potentziala komunitate domestikoak (etxe-erabiltzaileek alegia) eta enpresarialak arazoari lotua doan garrantzia ulertu dutenean etorri da, neurri handi batean. Ha-

la ere, oso gertagaitza da etorkizunean Internet izatea potentzial hori ustiatuko duen bitarteko bakarra ezta eraginkorrena ere —Internet etorkizuneko informazioaren autopista horien parte bat besterik ez baita izango. Eta ikertzaileak eta garapen berriak saiatzaren diren arren Internet-eko protokoloak egunetik egunera sortzen diren premia eta ahalmen berrietara egokitzuz, informatika eta telekomunikazioaren sektoreko talde nagusienak ez dira atzean geratzen ari zerbitzu digital interaktiboaren merkatuaren beharrezanik berehalakoak asebeteko dituzten soluzio berriak (ekipamendu eta programa espezializatuak) eskaintzeko orduan.

## TRANSFORMAZIOAK EGITEKO AUKERAK ORGANIZAZIOETAN

Enpresarik gehientsuenentzat, Internet abagune bat da eta horrelaxe izaten jarraituko du mehatxu bat baino gehiago. Internet-en eboluzio komertziala —eta bertan aplikazio industriallak garatzeko ingurune guztiz emankorra gertatzen da— erabiltzaile berrien inkorporazioan eman den hazkundera baino erritmo motelagoan ari da gertatzen, egia esan behar bada. Beste hitz batzuetan, Internet-en erabilera ziztu bizi-bizian ari da hazten, baina Internet-en ezarpen konstruktiboa eta orokorra gerta dadin beharrezkoak diren tresna eta baliabideen eboluzioak, berriz, askoz ere erritmo motelagoa darama. Internet eboluzionatuz doan heinean, epe laburrera duen eragina askoz ere handiagoa izango da idatzizko komunikabideen (argitalpenen) edizioan eta publikazioan, industria horrexek erakutsi baitu ongien, hain zuzen ere, baliabide berrien garapena, lehenetik bazeuden baliabideei estuki lotutako industrietan baino, salmentan esaterako. Geratzen dira oraindik ere aukerak, dena den, baliabide edo komunikabide horiek ezaugarritzen dituen balio erantsiaren kate klasiko horretatik kanpo kokatzen diren beste jarduera batzuentzako ere, Internet-ek urrutiko lotura ekonomikoko modalitate bat suposatuko baitu horientzat produktibitate edo ekoizkortasuneko estrategia berriak ezartzeko orduan.

Internet-ek epe laburrera enpresetan edukiko duen eragin transformatzaile nagusia ez da konpainiaren eta berorren bezeroen arteko harremana baizik. Internet-en barruan dauden komunikatzeko tresnek eta erraztasunek, Web zerbitzariak eta posta elektronikoa ere barruan hartuz, enpresa baten eta bere bezeroen edo hornitzaileen arteko komunikazio-maila hedatu eta aberasteko modua eta bitartekoak eskaintzen dituzte. Horrela, komunikazio merkeak, adiskidetasunezkoak eta denbora diferituan produktu eta zerbitzu desberdinei buruzko etengabeko informazioak lortzeko aukera emango dute, bezeroen beharrezko hobeto zerbitzeaz gainera. Internet-ek ez bakarrik erraztu egingo du gisa horretako prozesua, are bizkortu eta azeleratu ere egingo du. Salmenta ez da izango soilik irteerako harreman bat ezartzea, transakzio bakar —eta isolatu— bat egikaritzea baizik. Mota horretako soluzio bat martxan jartzeko mekanismoak eskura daude, jadanik Internet-en hainbat sektoretan diharduten industria aktiboentzat. Komunikaziozko azpiegiturak, beren aldetik, gero eta enpresa gehiagotan ikusten dira. Internet-en ezarpen egunetik egunera handiagoak hobekuntzak ekarriko ditu era berean organizazioen antolamendu korporatiboan. Dokumentazioaren eta datu korporatiboaren espektro osoa Internet bidez eskuragarria eta denontzat publikoa edo agerikoa bihurtzen doan heinean, denborak aurrera egin ahala datu horiek erraz lortzeko moduko dokumentu historikoak bihurtuko dira. Enpresaren ezagutza, bere osotasunean —hasi eskuliburu edo manualetatik eta gutunetaraino, direktorio telefonikoetatik marketineko planetaraino— iturri historiko baliotsua bilakatuko da.

Denbora-epe luzeagoari begira, Internet-en hazkundeak, komunikazio eta informatika-munduko bestelako teknologien etorrerarekin batera, enpresaren antolamendua eta baita beronen oinarrizko prozesuak ere funtsetik aldaraziko dituela pentsa daiteke. Enpresa baten barruan ordenadoreen arteko komunikazioak eduki dezakeen eragina modu nahiko mugatuan izan da ikertua orain artean. Praktika horiek orokortzen diren heinean, ikerketak ere osoagoak eta konpletoagoak izango dira, baina —gaur artean bederen— ikerketak organizazio-barruko portaeretan soilik zentratzen dira. Ikerketa horiek adierazten

dute posta elektronikoko bidezko sistemek *ad-hocrazia* sustatzeko joera dutela —antolamenduko egitura lau eta dinamikoak alegia. Egitura horiek erraz berregitura daitezke martxan dauden proiektuen eta interes enpresarialen arabera, geografiari edo statusari erreferentzia egiten dieten ohizko parametroekin ez bezala.

## INTERNET ENPRESEN ESANETARA

Internet-ek behar ditu erabiltzaile komertzialak, horien ordenadoreak erabiltzaileen erdia baino gehiago suposatzen baitute gaur egun. Jende arruntarengana heltzeko, Internet saiatzen da bere burua aurkezten tresna komertzial bat bailitzan, sarea erabiliz lan nola egin eta negozioak nola egin adierazten duen marko orokorraren barruan. Bere erabiltzaile gehienek usate dute Internet-en funtzionalitate nagusien artean posta elektronikoen elkartrukea edota informazio publikoa eskaintzen duten datu-baseetara sartzea dagoela, besterik ez. Oso gutxi dira oraindik ikuspegi geografikotik sakabanatuak dauden enplegatuen (edo baita bezeroen eta hornitzaileen) ekipoen gestioa aurrera eramateko, telelana bideratzeko edo enpresa-sektoreen arabera edota enpresa-elkarteka esparru orokor baten barruan beren produktuak anuntziatzeko Internet sareak eduki dezakeen balioaz konturatu direnak. Adibide soil bat emateko, Internet-en, langile batek dei dezake telefono-zenbaki lokal batera eta urruneko loturaren utilitatea erabili bere mikro-ordenadorea bere enpresaren produkzio-aplikazioak egikaritzen ari den sistema zentralarekin konektatzeko. Langilea egon daiteke Madrilen kokatua, esate baterako, baina sistemara sarbidea ematen dion pasahitz bat erabiliz, bere enpresak Chicagon dauzkan aplikazioen gainean jarduteko modua eduki dezake. Erabiltzaile asko dira Internet giro horretan ustiatzen dutenak, dagoen komunikazio-azpiegitura aprobetxatuz, urruneko sistema pribatu batekin lan egin ahal izateko, baldin eta horra sartzeko irispidea badute.

«Sarearen» erabilera honek zerikusi gutxi dauka ikerketa akademikoko helburuekin zerbitzari publikoetara egiten den sarbidearekin. Zenbait kasutan, zerbitzari batzuk erabilera publiko eta pribatuko eremuak eskaintzen dituzte. Zerbitzariaren parte batek datu-base baten probako harpidetza bat egiteko modua edota erakundeak zabaldu nahi duen informazio publikora sarbidea edukitzeko modua eskaintzen duen bitartean, gainerako direktorio edo katalogoetara heldu ahal izateko, ezinbestekoa da aldian behin berritzen den eta noski, harpidetza-kuota bat ordainduz eskuratzen den gako-hitz bat sartzea. Internet-en barruan dauden zerbitzu-hornitzaile batzuek sare birtualak sor ditzakete beren bezeroentzat. Bi lekuren edo gehiagoren arteko informazio-garraioa enkriptatua egon daiteke, gisa horretan komunikazio seguruak eta babestuak eskainiz bezeroei.

Internet, dena den, hasi da administrazio publikoen aldetik erabilia izaten. Bai Europako Batasunean eta baita Euskadin ere badira proiektuak, neurri handiagoan edo txikiagoan garrantuak ere egon daitezkeenak, hiritarrari informazioa hedatu eta zabaltzeko, bai izaera orokorrekoa dena eta baita zerga-moduko informazio publikoa ere. Erakunde edo zerbitzu desberdinen arteko komunikazioa informazio konpartitua erabiltzeko edota une jakin batean, eta berak eskatuta noski, hiritar batek daukan zerga-egoeraren berri emateko izango litzateke eremu honetan garatzen ari diren aplikazioen zati bat.

Telelanaz, posta elektronikoaz, eta sare birtualez gain Internet-ek ezin konta ahala aplikazio dauzka enpresarentzat. Garrantzirik handieneko aplikazioetatik bat bideo-konferentzia izango da, eta eztabaidarako arazoan diskusioa enpresa batean, berri-taldeak edota eztabaidarako topaguneak eta bidalketa-zerrendak erabiliz. Konferentzia osoak egin ahal izango dira, linean edo *on line* izeneko sistema erabiliz, eta horrelakoek negozio-bidaia ordeztu ezin izango duten arren, informazio korporatiborako irispidea gehitzeko aukera eskainiko dute, bidaia eta egonaldiko gastuak gehitu gabe. Kasu askotan desplazatzea bera ere alferrikakoa gertatuko da. Jadanik badira merkatuan bideo-konferentziari buruzko hainbat aplikazio In-

ternet-ekoak, partaidetzarako aukera ugariarekin. Negozio askok Internet ustiatzen dute, eta modu garrantzitsuan gainera, beren katalogo interaktiboekin eta eskaeren gestiorako kanalekin. Eta funtzio ez-finantzarioez gain hasiak dira jadanik agertzen bestelako aplikazioak ere enpresetan eragin ekonomiko garrantzitsua eduki dezaketen egitekoak gestionatzeko Internet-i beren konfiantza eman diotenak, sareak transakzioen kostuen murrizketa baitakar; enpresen arteko harremanaren eta merkataritza elektronikoaren osagaia.

Internet-en erabilera komertziala xehetasun gehiagorekin aztertzeke eta negozioak egiteko modua zer-nola aldatuko den ikusteko, lehenik eta behin analizatu behar dena da Internet-ek zergatik erakartzen dituen enpresak eta horrek nola ekar diezaikeen enpresei abantaila konpetitibo bat. Enpresariarentzako erakarpen-arrazoi nagusi bezala esan genezake Internet beste edozein banaketa-bide baino askoz ere gehiago hazten duan baliabidea dela, egunetik egunera esponentzialki gorantz duan bezero-base batekin harremanetan jartzeko modua eman go diona. Merkatu globala da, osorik hel dakiokena edota faktore geografikoen, kulturalen edo bestelakoen arabera soilik; gakoa landu nahi dugun merkatu horren segmentazio egokia lortzean datza. Internet-en azartua bezero potentzialen datu-base hori tratatzeko daukan aldakortasunean dago. Ohizko metodo komertzialekin, antolamendu edo organizazio bantentzat beti da posible azken helburuaren eginkizun desberdinak betetzea, azken finean produktu bat saltzea. Hori beti egin da marketineko kanpainekin (bezeroaren kontzientziazioa gehitzeko), publizitatearekin (bezero horixe tentatzeko) eta salmentarako ekipo edo bide egokiekin (salmenta horixe lortzeko). Internet-ek bete ditzake lan edo eginkizun horiek guztiak. Oso baliabide gutxi daude, sektore oso espezializaturen batean izan ezik, funtzio komertzialen aukera hain handia bereganatu dezaketenik. Eta horretaz gain, eta aurrekoa baino garrantzitsuagoa dena, beste eginkizun batzuk betetzeko modua ere ematen du, horietako batzuk berriak eta Internet-en espezifikokoak izanik.



Egungo bezeroei buruzko informazioa eta baita bezero potentzialei buruzkoa ere erraz lor daiteke formularioen bidez herrialde bakoitzean datuen babeserako ezarriak dauden legeen anparoen, erosleak saltzailearen lekua zati batera heltzen denean betetzen dituenak. Salmenta-osteko zerbitzua eta produktuen erabiltzaile-taldean eztabaidak mantendu daitezke eztabaidarako topaguneekin eta banaketa-zerrendekin. Kontzeptu batez ere bisualak izanik ere, bezeroarengan eragin zabalak eta garrantzitsuak duten hainbatek, «denda birtualak» esaterako, erakargarri gisa jokatzeko dute bezero potentzialen arreta eta atentzioa erakartzeko. Posta elektronikoa ere zeregin garrantzitsuak jokatzeko du bezero potentzialarekin, hornitzailearekiko lotura zuzenagoa ezartzeko modua ematen dion neurrian. Fitxategien transferentziak balio dute Internet bidez edota denda espezializatuetan erosi diren software produktuetan eguneratzeak eta hobekuntzak egiteko. Enpresek ere, beren aldeetik, zerbitzu aktiboak eta pasiboak garatu dituzte aldi berean Internet-en laguntzarekin. Enpresa askok zerbitzu pasibo bezala erabiltzen dute, beren departamentu edo sail desberdinen artean transakzioak eta gestioko informazioa transferitzeko, eta informazio horrek guztiak negozioa bermatzen du, bai, baina batez ere jarduera eta barne-gestioa esan nahi dute. Internet-en burutzen duten zerbitzu aktiboak, beren negozioa zentzu hertsian, bezeroarekin elkarrekintzan aritzeko duten modua, sarearen erabilera ohizkoa izaten jarraitzen du. Kasu honetan, erabiltzaile pasiboak dituen enpresen talderik handiena finantzen, aseguruaren eta sanitarearen munduei edo sektoreei dagokie; datuen trafiko handiko industriak dira, datu horien segurtasuna izanik beren ardurarik nagusia. Internet modu aktiboagoan erabiltzen hasi diren organizazioak, ordea, beste hainbat zerbitzu ere ustiatzen hasiak dira jadanik, sareak eskaintzen dizkien abantaila-mordoagatik.

Komunikazio korporatibo egokiak mantentzea ezinbesteko kontua da gaur egun, gero eta garrantzitsuagoa gainera kokapen diferenteetatik funtzionatzen duten eta geografikoki oso sakabanatuak dauden bezeroekin lanean ari diren enpresentzat. Posta elektronikoa lanerako metodo ezin hobea da, kostu baxukoa, distantziari inolako kasurik egin gabe komunika-

zioak edukitzeko modua eskaintzen duena, eta mezuen elkartrukea minutu gutxi batzuetan lor dezakeena, egunetan eta baita astetan izan beharrean. Sarritan, enpresek Internet-en munduarekin duten lehenengo harremana posta elektronikoren bidez gertatzen da. Produktibitatearen, eraginkortasunaren eta efizientziaren hobekuntza berehala nabaritzen da. Hurrengo pausoa zera izaten da, beren posta elektronikoko barruko helbideak (sare itxia baldin bada) bezero batzuei, hornitzailei edo elkartutako beste enpresa batzuei zabaltzea. TPC/IP protokoloak erabiltzea (horixe baita Internet-eko komunikazioen protokoloa) barruko saretarako («Intranet» kasu) edota baita sare irekietarako ere zera esan nahi du, enpresa helburu mugatuarekin eta etxe-barrukoekin hasten baldin bada ere posta elektronikoren erabileran, badagoela mundu osoko Internet zerbitzari guztietara eta baita helbide guztietara ere iristeko, bertara sartzeko eta horiek ahalik eta gehien ustiatzeko modua, eta horrekin baita aurrekoek beraiekin dakarten bezeroen eta kontaktu profesionalen datu-basea ere.

Posta elektronikoa aukera ematen die maila lokaleko, errejonaleko, nazionaleko eta baita nazioarteko erabiltzailetalde desberdinei proiektu bateratuak lantzeko, sail edo departamentuen arteko kontuak, muga nazionalak eta kultur desberdintasunak albo batera utzita. Era berean, lan egiteko modu horretatik ateratzen den koordinazioak erraztu egiten du kalitate-kontrolen ezarpena, orain arte pentsaezinak zirenak. Kontaktu pertsonala, kritikoa ez den testuinguru batean, salmenta-osteko zerbitzu batek galdera teknikoan erantzuna ematea adibidez, posta elektronikoa askoz ere eraginkorragoa gertatzen da. Positiboa izan edo ez (eta hori ez da lan honetan eztabaidatu beharreko kontua), egia da sektore askotan galduz doala kontaktu pertsonal hori; gaur egungo negoziok, kasu askotan, harreman zuzenak behar eta eskatzen dituzte, harreman esplizituak, zuzenean kontaktuaren helburua lortzeko balio ez duten elkarriketekin denbora galdu gabe. Ez hain egituratua dagoen beste komunikazio-giro baterako badira elkarriketa munduko beste zerbitzu-mota batzuk ustia daitezkeenak, hala nola doku-konferentzia, eztabaida-kanalak denbora errealean, edota bideokonferentziak.

Enpresa askok jotzen dute Internet-era, ez ingurune horretan sartzeak ekar ditzakeen abantailak zuzenean identifikatu dituztelako, horretara behartuak sentitzen direlako baino, bere sektoreko beste enpresa batzuk lehendik ere Internet-en sartuak daudelako. Benetan proaktiboa den enpresaren kasuan, eta bere produktuak eta zerbitzuak Internet-en bidez eskaintzen bere sektorekoen artean aurrenekoetakoa den enpresaren kasuan, abantaila konpetitiboak lor ditzake merkatuan, ez bakarrik bere bezeroekin kontaktu edo harremanetarako bide berri bat irekitzeagatik, maila nazionalean nahiz nazioartekoan informaziorik eguneratuena eskaintzen dioten iturri guztietara iristeko modua daukalako baizik, eta hori funtsezkoa izan daiteke bere erabaki estrategikoetan. Internet-eko zerbitzu diferenteetatik pasatzen diren datu publikoak «ez galtzearen» garrantzia hain da handia ezen enpresa batzuetan «zelatari funtzioak» jarri baitira martxan, eta horiek beren enpresari buruzko informazioa kontrolatzera dedikatzen dira Internet-en, baita konpetentziari buruzko informazioa eta sektoreari eta merkatuari, oro har, buruzkoa ere. Kontrol hori ez da pasiboa, soilik, eztabaida-taldeetan eta denbora errealeko elkarriketetan parte hartzea eskatzen du-eta. Lortutako informazioak lagundu egiten dio enpresari bere merkatuko abantaila hori mantentzen eta merkatuan gerta daitekeen edozein gorabeheraren aurrean ahalik eta bizkorren eta garaiz erreakzionatzeko modua ematen dio.

Internet-ek enpresentzat daukan erabilera nagusietako bat *on line*-ko bezeroaren euskarri izatearena da. Bezeroek arazoak konpon ditzakete, iradokizunak proposatu, informazio tekniko jaso dezakete, beste bezero batzuekin hitz egin eta beren soluzio propioak konpartitu ere bai, hornitzailearengandik erantzunak jasotzen dituzten bitartean. Internet ingurunea aprobetxatzean bezeroei euskarri emateko, konpainia batek tratu berdina eman diezaieke bezero guztiei, ordutegiari begiratu gabe, ezta bezeroa non dagoen ere, ezta dei telefonikoen kostuari erreparatu gabe ere; horretaz gain, gestioak telefono bidez egiterakoan ezinbestean galtzen den denbora hori aurreztuko du.

Saltzaileek ere erabil dezakete Internet, egungo bezeroekin eta baita bezero potentzialekin kontaktatzeko beste mekanismo bat bezala. Posta elektronikoz mezu bat sortu eta bidaltzea erraza eta bizkorra denez bezero batentzat, posta elektronikoa-  
ren erabilerak kontaktuak egiteko modu bezala gehitu egingo ditu bezero potentzial berri batek beretzat interesgarria izan zitekeen produkturen batengatik galdetuz berriro ere deitzeko aukerak. Posta elektronikoak jarduera komertzialen fluxuan daukan oinarrizko zeregin hau areagotu egingo da gestio komertzialeko sistema integratuen agerpenarekin, horiek bezeroerikoko harremanak, eskaerak eta salmentak, produktuen espedizioa eta baita fakturazio elektronikoa ere, denak batera konbinatzen baitituzte. Era horretan, posta elektronikoa enpresaren laneko prozesu globalean sartu dela ikusi dugu.

Orain artean produktibitatean ere hobekuntzak deskribatu diren arren, aitortu beharra daukagu, eta ingurune desberdinetan bada oraintsuko esperientzarik, Internet enpresetan sartzek eragin ez beti positiboa eta desiragarria eduki dezakeela, zenbait enplegatuk Internet-en barrena nabigatzeko eta «esplorazioan» aritzeko eduki dezaketen zaletasunagatik. Enpresarentzat hortik sortuko litzatekeen kostu nagusia ez litzateke komunikazioen balioa, nahiko txikia baita, pertsonalak jarduera horretan galtzen duen denboraren kostua baizik, eta benetan egin behar lituzketen eginkizunetan pertsonal horrek emango duen errendimendu eskasa. Zentzu honetan, eta dokumentu hau ikerketa soziologiko edo mediko bihurtzeko inolako asmorik gabe, esan daiteke bide honetatik egindako azken orduko esperientziek erakusten dutenez, Internet-era sarrera duten lanpostuen lan-kargak aztertzerakoan produktibitate % 40raino jaitsi daitekeela «jakin-minaren» ondorioz, ez bada hori behar bezala kontrolatzen. Azkenik, badira neurriak enpresek balia ditzaketenak beren baliabide informatikoak eta komunikazioetako baliabideak nola erabili eta ustiatzen diren kontrolatzeko.

## INTRANET BATEN ALTERNATIBA

Gaur egun organizazio eta antolamendu-klase diferenteetan erabiltzen ari diren Internet zerbitzuen ezarpen-mota desberdinak kontuan hartuz, bi talde nagusitan bil ditzakegu erabilera horiek: posta elektronikoko elkartrukeko erabilera publikoak, iragarki komertzialak, antolamenduari buruzko datuak kanpora azaldu eta argitaratzea, etab. egongo lirateke bate-tik, eta bestetik organizazioaren barneko arau eta prozedurak, mezu konfidentzialak, jarraipenekoak, eragiketegi buruzkoak, etab. luze bati buruzko barne-hedapena egongo litzateke, azken finean antolamenduaren barne-erabilerako edozein informazio-osagai hedatzea. Internet teknologia daukan sare batean barne-funtzionalitateak ezartzeak aukera eman dezake nolabaiteko azpiegitura-maila bat, komunikazio dedikatuko linea batzuk, eta baita produkzioko hainbat aplikazio ere baztertu eta eliminatzeko. Ingurune berri honetan, aplikazioak berdinak izaten jarraituko dute eta iraganean bezala operatuak izaten jarraituko dute, baina aplikazio horien komunikazioa aberasteko aukera edo ahalmena edukiz, urrutiko bulegoetan edo laneko zentroetan egon daitezkeen enplegatuekin informazioa trukatzeko modu berriak gehitzeko. Geografikoki urruti dauden langileek barruko posta elektronikoa elkartrukatu dezakete, proiektuetan lankidetzan estuagoa eduki, informazio korporatiboa eskuratu, eta hori guztia edozein puntutatik, kultura korporatiboan modu aktiboagoan parte hartuz.

Premisa horiekin, esan daiteke «Intranet» dela enpresen barruko sare bat deskribatzen duen izena, TCP/IP helbideen gainean eraikia eta garatua dagoena, eta Internet komunikazio protokoloekin bateragarria dena. Dena den, sare hau ez litzateke oraindik Internet-en kanpo-munduarekin konektatua egongo, nahiz eta hori egiteko aukera badagoen. Barrutik ikusita, sare informatiko berri baten gainean oinarritzen da, edota lehendik dagoen sare batean, barruko posta elektronikoa bidaltzeko, buletinak argitaratzeko eta baita Internet-erako sarre-ra posiblerako aprobako ingurune bat eskaini ahal izateko. Internet-en oinarritutako barne-sarea, Intranet alegia, hor-

nitzaile edo enpresa elkartu desberdinei hedatzeak, Extranet-en kontzeptua ekarri du, duela gutxi sortutako kontzeptua, eta enpresaren beraren barrutik soilik eta kanpoko nodoen kopuru jakin mugatu batetik iritsi edo sartzeko modukoa den sare bati dagokiona.

## NEGOZIO-MARKO BERRIAK

Internet-ek gaur egungo komunikazio-paradigmak eta horien aplikazio-eskemak errotik aldatu ditu, iraganean «azken erabiltzaile» deitzen zitzaien horiei «produktoreen» zeregina ematen baitie. Ez da medio pasiboa, erabat interaktiboa baizik eta horrela, erabiltzaile batek sor ditzake bere aurkezpen propioa (dela profesionala edo pertsonala), denda birtual bat, argitalpen bat edo beste edozein zerbitzu eta Internet-eko merkatu global osoarentzat eskuragarri bilakatu. Horrez gain, «azken erabiltzaileek» beraien artean edota zerbitzu diferenteetako hornitzaileekin eta iragarleekin komunikatzeko aukera daukate: solaskide bakoitza sortzailea eta interaktiboa izan daiteke.

Internet-en zenbait kritikok iradoki duten bezala, erabiltzaile oro eduki-sortzailea ere izan daitekeenez, horrek ohizko komunikazio-sareetan (ahotsa, imajina edo datuen sareetan) ezarritako ordena eta hierarkiarentzat mehatxu handia dakar. Beraz, sare horiek Internet-en bidean gailentzen edo nagusitzen saiatuko dira eta egiteko horretan porrot egiten badute, hura txikitzen edo zapaltzen saia daitezke. Kritikaren arabera, ezarritako sareek, telebista-kateek eta telefoniako eragile estatal nahiz pribatizatuek, medioen edukiari begira produktore edo hornitzaile bakarrak izateko interes handia daukate. Era berean, hori bera aplikatuko litzaieke baita informazio-zerbitzuen hornitzaile finkatuei ere, esate baterako ikerketa-konpainiei eta datu-base komertziaiei. Internet ohizko telekomunikazio-hornitzaileentzako ere mehatxua izatera irits daiteke, posible baita Internet-i buruzko bideo-konferentzia bat edo dei telefoniko bat egitea (nahiz eta oraingoz horien kalitatea hobereena ez izan). Horrekin, erraz ikus daiteke hornitzaileak eta ko-

munikazioen munduko sare ezarriak Internet-ek botatako erronkari aurre egin beharko diotela. Medioen sare nagusiak, guztiak ari dira sartzen Internet-en. Baina, hala ere, organizazioak oraindik ere saiatsen dira Internet inguruari banaketako paradigmak ezartzen, alegia negozio-eredu ez-interaktiboak aplikatzen saiatsen dira interaktiboa den negozio-eredu bati. Begi-bis-takoa da hori ez bakarrik beren tarifa-eskaletan, beren sareen bitartez informazio-fluxuaren eta horren erabileraren gainean mantentzen duten kontrolean ere erraz nabarmentzen da-eta.

Dena den, lehendik zeuden banaketa-paradigmak eboluzionatzen ari dira Internet-en. Eduki-hornitzaileak eta banatzaileak berehala egokitzen ez badira behintzat, txiki geratzeko arriskua daukate gero eta dibertsoagoa eta aldakorragoa den informazio globaleko industriaren baitan. Inguru berri honetan, medioen edukia ez da jada aktore edo eragile gutxi eta nagusi batzuen eskutik bideratuko, aitzitik eduki guztiek sortua eta guztiek banatua izango baita. Gainera, tarifa-tasak erabiltzaile bakoitzaren usaera-bereizgarri eta ezaugarrietara egokituko dira. Erabiltzaileen arteko lankidetzaz gehitu egingo da eta sektore editorialak eboluzionatu egin beharko du autore/produktore eta irakurle/hartzaile osagaiak konbinatuta di-tuen jarduera dinamiko bihurtzeraino.

Azkenik, jabego intelektualari, diseinuari eta produkzioari buruz dauzkagun kontzeptuak ere oso bestela ulertu beharko ditugu hemendik aurrera. Argitaletxeak eta zerbitzuak sarera hornitzen dituztenek errealitate horietara egokitu beharra daukate, arrakasta eduki nahi badute. Komunikabide-enpresak Internet garaiko baldintzapenen aurrean erreakzionatu arren, medioen edukia, banaketa eta erabilerari buruz betidanik eduki duten kontrol hori aldatu egingo da etorkizunean. Dena den, ikusteko dago oraindik nolakoa izango den zehatz-mehatz paradigma zaharra ordeztara etorriko den ordena berri hori. Argi dago Internet-ek merkatu libreko ekonomi forma berri baten barruan eboluzionatuko duela, informazioko ekonomia baten barruan bereziki. Ingurune edo testuinguru berri horretan, informazioa, eta berorren manipulazioa eta prozesua izango dira salgai edo merkantzia nagusiak. Aukerak

eta abaguneak, beraz, informazio-banaketaren alorrean egongo dira, transakzioen prozesuan, teknologia telematikoetan eta informazioaren prozesu-zerbitzuetan. Informazioa erosi, babestu, banatu eta saltzeko modu berriak behar-beharrezkoak izango dira aipatu merkatu hori errazteko. Informazioaren ekonomia global honen madurazioarekin aldaketa sakonak gauzatuko dira hura sostengatzen duten azpiegitura legal eta finantzarioetan. Adibidez, jabetza intelektualeko legeak eta sistema bankarioenak hasiak dira jadanik aldatzen eta eboluzionatzen, Internet dela medio. Eta etorkizuna nolakoa izango den auresatea zaila izan arren, dakiguna da Internet egiazki interaktiboa izateak hainbat abantaila eskaintzen dizkiola beste medio batzuen aurrean. Berorren erabilerarekin batera posible da erabateko irispide globala ematea bezeroarekiko zerbitzuari, errealitate birtualari, erosketako sistema interaktiboei, urruneko ikasketa-sistemei, etab. Urte mordoxka pasatuko dira Internet-en alternatiba serioa izan daitekeen beste medio bat behar adina garatzeko, eta ordurako Internet-ek berak ere hazi eta aurrerapausoak emango ditu.

## ZER EGIN UNE HONETAN?

Lehentxeago edo beranduago, norberak eduki ditzakeen harreman komertzialak edo pertsonalak Internet-ek baldintzatzen ez baditu ere, berorrekin harremanetan jarriko dira. Arestian esan da argitalpen, katalogo eta datu-zerrenda askok beren helbidea Internet-en sartzan dutela, eta horren berri ematen digutela argitalpena edo materiala ematearekin batera. Maila indibiduallean, gero eta gehiago agertzen dira Internet-eko helbideak telebistako iragarkietan, publizitate idatzian eta baita bisitako txarteletan ere, pertsonaletan nahiz profesionaletan. Moda teknologiko hori bazter guztietan ari zaigu sartzan; eta inbasio horren alderdi positiboa da sarearen erabilerak mese-deak ekar diezaizkiokeela zure jarduera edo negozioari. Estatu Batuetan, herrialde aitzindaria Internet-en bat baldin bada, ezinezkoa da pentsatu ere egitea komertzio batek, txikia nahiz handia izan, Internet-en posta elektronikoko helbide bat, gut-



xienez, ez edukitzea. Are gehiago, negozio txikiak egiteko ezinbestekoa gertatzen da sarea erabiltzea a) norbere burua iragartzeko eta bezeroekiko eskaerak eta transakzioak gauzatzeko, eta b) hornitzaileekin harremanetan jartzeko.

Internet-ek enpresan eduki dezakeen egiazko eragina ez da gauza puntual ezta isolatua ere. Gehiago da transformazio-prozesu motel bat, antolamendu eta organizazioen egunero-ko bizimoduan sartuz joateko. Prozesu horrek bere denbora behar du, eta ez dauka erabakitako edo aurrez finkatutako azken punturik. Bi dira hori azaltzen duten arazoak: a) Internet-ekin zerikusia duten teknologietan eman diren etengabeko hobe-kuntzak, horien eboluzioa eta kostuen murrizketa; eta b) organizazioak teknologia berrietara egin duten adaptazioa edo ego-kitzea, eta enpresaren beraren eboluzioa, bere negozio-prozesuak zer-nola aldatzen diren kontuan hartuz.

Amaiara gisa, eta lagin edo erakusgai bezala, ez nuke amaitu nahi artikulua Internet-en aplikazioak enpresen inguruan berrikuntzarik gehien zein arlotan ekarri duten aipatu gabe. Hornitzaileen katearen gestioa, inbentarioen gestioa, produkzio integratua, transporte edo garraioarekiko koordinazioa, edizio elektronikoa, bezeroen gestioa, komertzialentzako informazioa, txikizkako salmenta, ordainketa-mekanismoak, etab. izango liraterke sail edo arlo horiek, nagusienak aipatzeko.

Euskaratzailea:  
*JAVIER AGIRRE*

1. Jose Manuel Barrutia Ibermatica-ko kontsultorea da Telekomunikazioen Unitatean. Autoreak lan honetan agertzen dituen iritziak ez dute inolaz ere Ibermatica lotzen. Artikulu honetako pasarte batzuk *Manual Práctico de Internet* (Price Waterhouse, 1997) eta *Business Applications of the New Internet* (SRI International) liburuetatik jaso dira.