

---

## INTERNET COMO FUENTE DE VENTAJAS COMPETIVAS.

---

PEDRO SOTO ACOSTA<sup>1</sup>

### RESUMEN

Internet se ha convertido en la innovación tecnológica más rápidamente adoptada de la historia. El empleo de Internet para comunicar, transmitir información y realizar actividades comerciales ha crecido a un ritmo que pocas innovaciones en tecnologías de la información pueden igualar. En el ámbito empresarial, la adopción de Internet puede ser considerada como una innovación dinámica con distintas dimensiones. Así, el uso de Internet se ve influido por la tecnología adquirida, los procesos empresariales en los que se implanta y el cambio estratégico que supone su aplicación – se puede incorporar de forma táctica para la mejora de la eficiencia en ciertas actividades o de forma estratégica dirigido a cambiar el modo en que opera la empresa. En este sentido, este trabajo se apoya en el marco de la teoría de recursos de la empresa para sugerir a Internet como recurso estratégico capaz de generar fuentes de ventaja competitiva temporal y sostenible. Además, como no existe una única estrategia a la hora de la implantación de Internet, se proponen estrategias empresariales que pueden resultar en la obtención de ventajas competitivas.

### ABSTRACT

The Internet has experienced the fastest adoption of new technology in history. The adoption of the Internet for communication, information, and commercial activity has exploded with a speed few other information technology innovations can match. In the business world, the adoption of the Internet can be considered as a dynamic innovation with distinct dimensions. Thus, Internet implementation is influenced in terms of technology adoption, integration within business processes, and the strategic change that results from its application. This work takes a resource-based view, suggesting that the Internet is a resource capable of creating temporal and sustained competitive advantages. Moreover, as there is no unique strategy for implementing the Internet, this paper proposes several business strategies that can lead to competitive advantages.

**Keywords:** Internet, competitive advantage, resource-based theory, Internet strategies.

## I. INTRODUCCIÓN

Anteriormente a la aparición y el desarrollo de Internet, en las organizaciones los directivos contaban con información limitada sobre su entorno específico (clientes, proveedores, competencia, etc.) y sobre procesos internos tales como la gestión de inventarios, el envío/recepción de pedidos y el servicio postventa.

---

1 Profesor del Departamento de Organización de Empresas y Finanzas de la Universidad de Murcia, España, E-mail: psoto@um.es