

*"Pueblo que se resigna a tecnologías pasadas,
sucumbe en el campo de la ignorancia y se
entierra en sus ideales."*

Anónimo

Entrevistas sobre comercio electrónico en las PYMES exportadoras en la ciudad de Bogotá

Ricardo Rojas Hernández
Director.



El crecimiento de la tecnología en los últimos años, ha generado avances y cambios como la Internet que ha influido en nuestra vida y en nuestras costumbres, en nuestra forma de buscar información, de entretenernos, de comunicarnos y por supuesto, han aparecido nuevas formas de comprar y vender bienes.

El desarrollo del comercio electrónico es un hecho innegable e irreversible, y seguirá en crecimiento en los próximos años generando ingresos a través de la red, la cual impacta las actividades económicas, sociales y jurídicas.

Para un alto porcentaje de pequeños y medianos Empresarios, el tema del comercio electrónico resulta un tema difícil. Las empresas de mayor tamaño invierten grandes sumas de dinero en soluciones de comercio electrónico y sus innovaciones.

La gran cantidad de información que se recibe a diario en los medios de comunicación relacionados con el comercio electrónico hacen pensar al pequeño y mediano empresario que su ingreso al mundo global de los negocios en línea dista mucho de estar a su alcance al no disponer de los recursos necesarios para el ejercicio eficiente del e-business

Muchas son las páginas de empresas Pyme con un enorme potencial para el mercado internacional, pero permanecen solitarias, inermes y perdidas en el ciberespacio. Una de las soluciones consiste en transferir al empresario ciertos conocimientos básicos, habilidades, y destrezas para que su incursión al Sistema Digital De Negocios sea eficiente, sostenible, y de resultados comprobables, sin que para ello se requiera una gran inversión en dólares. En su lugar, se invertirá en tiempo, paciencia, constancia en el tema de la navegación en Internet.

Las innovaciones tecnológicas han planteado retos de actualización a los regímenes jurídicos nacionales e internacionales, de tal manera que pueden eficazmente responder a las exigencias planteadas por la creciente globalización. Es así, como debido a estas nuevas exigencias nace la ley 527 de 1999 que ilustra las demandas que el cambio tecnológico planteaba en términos de la actualización de la legislación nacional para acomodarla a las nuevas realidades de comunicación e interacción imperantes y para darle fundamento jurídico a las transacciones comerciales efectuadas por medios electrónicos. El cambio de los documentos tradicionales con soporte de papel por mensajes electrónicos, dan origen a los llamados documentos electrónicos. Este proceso de replicar documentos de papel en un contexto digital para transferirlos electrónicamente se ha denominado desmaterialización. “Desde el punto de vista jurídico y de los negocios, un documento desmaterializado debe tener la misma significancia del documento de papel sin sacrificar la eficacia legal y las ventajas del documento electrónico”²

El comercio electrónico es un área que actualmente está experimentando gran crecimiento e importancia jurídica; está innovando y cambiando los hábitos comerciales en la forma de realizar negocios y es considerado un elemento esencial para el crecimiento económico mundial. La economía bajo el nuevo contexto de la sociedad de la información está “basada en un potencial de crecimiento de la productividad sin precedentes, como resultado de la extensión de los usos del Internet a toda clase de empresas y en operaciones de toda índole.”³

Orígenes del comercio electrónico

El significado del término «comercio electrónico» ha cambiado a lo largo del tiempo. Originariamente, «comercio electrónico» significaba la facilitación de transacciones comerciales electrónicamente, normalmente utilizando tecnología como la Electronic Data Interchange (EDI), para enviar electrónicamente documentos como pedidos de compra o facturas.”⁴

Ventajas y Desventajas

Las ventajas en la realización de negocios electrónicos no tienen comparación: “Los costos operativos en las transacciones se reducen de manera drástica pues no se requiere intermediación, el uso de papel es casi nulo, y no se pierde tiempo pues la automatización de la información y las computadoras conectadas a la red hacen que la empresa pueda operar a escala mundial las 24 horas del día los 365 días del año.”⁵

El Comercio electrónico parece funcionar muy bien pero a su vez tiene sus desventajas; es susceptible de fraude ya que no sabemos si la persona que registra una transacción realmente es quien dice ser, el desconocimiento de la empresa, forma de pago, intangibilidad, el idioma, y el conocimiento de quien vende.

Comercio Electrónico en las Pymes de La Ciudad de Bogotá:

Desde el punto de vista económico hay que señalar que los niveles de competitividad de la estructura económica de muchas microempresas y el rezago empresarial que impulsan la apropiación de las tecnologías de información afectan el nivel de desarrollo, además a nivel de los consumidores aun se presenta mucha desconfianza frente a la utilización de Internet como un canal de compra, debido a la posibilidad de que sean estafados o víctimas de “errores” en el sistema, dados los problemas relacionados con la seguridad y la encriptación de la información .

Las cifras obtenidas nos muestran que el 99 % de las empresas consultadas manejan sus procesos por computador de las cuales el 64% posee de 1 a 5 computadores, el 25% de 6 a 10 y un 11% cuenta con más de 10 equipos.

En la Pymes exportadoras Bogotanas las empresas que cuentan con servicios tecnológicos avanzados son la mayoría, la tecnología utilizada es de buen nivel. Internet es una de las tecnologías con mas fuerza, es así como el 99% de las empresas consultadas cuenta con una conexión a Internet, y la usa regularmente en actividades como la consulta de información técnica especializada relacionada con su actividad, pero el uso mas frecuente de Internet en el sector empresarial va dirigido a la búsqueda de soluciones a problemas técnicos por medio de soporte remoto con proveedores.

El 88 % de las empresas posee su propia pagina Web y la utilizan como medio publicitario para mostrar los productos y servicios que ofrecen; de estas empresas el 92% cuenta con personal calificado para mantener estas paginas, pero solo el 66% hace uso completo de este personal para que las desarrolle y las mantenga actualizadas constantemente.

Adicionalmente se muestra que el uso del e-mail esta bastante difundido, el 100% de las empresas lo usa, lo que les otorga ventajas frente a otras empresas en el área de las comunicaciones, ya que este servicio agiliza las transacciones con sus respectivos clientes y proveedores. Por otra parte, el 93% mantienen contactos de gerencia electrónica con alguna entidad de tipo bancario, lo que demuestra que la banca electrónica ha desarrollado todo su potencial en el sector microempresarial.

Con el fin de conocer el desarrollo y las perspectivas del comercio electrónico realizado a través de Internet, se diseñó y ejecutó una encuesta vía correo electrónico a 100 empresas exportadoras, de las cuales respondieron 85 empresas. Se escogió el sector exportador por ser el que, debido a sus actividades con el exterior, se beneficia en un mayor grado de las facilidades que le brinda Internet en cuanto a las telecomunicaciones y acceso a información de sus proveedores y clientes; además con el desarrollo de la economía en la red del comercio internacional tienen la oportunidad de agilizar el desarrollo de sus actividades, y para el sector de las artesanías se puede ampliar el mercado si adoptan a Internet como tecnología base para la realización de sus exportaciones. Los resultados de dichas encuestas se describen a continuación

Los empresarios manifiestan que, en general, se ha desarrollado considerablemente la actividad comercial vía Internet. El 78% de los empresarios exportadores consultados considera que los negocios por Internet ya se están desarrollando, porcentaje bastante alto, muy similar al de la mayoría de las ciudades del país.

Pero el panorama finalmente es optimista, ya que un 78% de los encuestados piensa que en los próximos años, en el mediano plazo, despejarán los negocios por Internet.

Los empresarios opinan que el 66, % de las empresas exportadoras están listas para el reto, acompañadas de un 22 % que se están preparando para internarse en la economía en

línea, frente aun 11% que no lo están y un 1 % que no presentan ningún interés frente a los negocios por Internet. Aquí se observa que los empresarios buscan los medios no tradicionales de comercialización y no son temerosos a la innovación.

Un 91% de las empresas exportadoras hace uso de la Internet por medio de sus páginas Web, clasificados o inscripciones a directorios comerciales en portales. El 9% restante de las empresas consultadas solo hace contacto a través de la red con su correo electrónico.

El uso mas frecuente que las empresas exportadoras hace de su sitio en Internet, indiferentemente de la clase de sitio que posean, es como sitio de venta de sus productos, con un porcentaje del 66%. Como sitio de negocio con otras empresas en un 22%; y el 12% de las empresas exportadoras lo utiliza, al mismo tiempo, como sitio de venta y de negocios con otras empresas. De lo que se deduce que la actividad que más ha desarrollado en las empresas es la del B2C, pero se debe tener presente que los negocios con los consumidores tienden a no ser tan rentables, en términos de ganancias, como lo es el B2B. Por esta razón las empresas deben dirigir sus esfuerzos a la realización de los negocios entre ellas por medio de la red, como puede ser la compra y venta de insumos para la producción, ya que de este modo pueden generar oportunidades de ampliar su margen de ganancias por la disminución de costos.

Frente a las expectativas a futuro de la realización de negocios por Internet, el 14% de las empresas encuestadas considera que en los próximos años realizarán entre el 1 y el 25% de sus negocios vía Internet; seguidos de un 28% que esperan alcanzar un 50%; otro 56% de ellas tienen expectativas de realizar entre el 51% y el 75% de sus negocios con este servicio; y un pequeño porcentaje de ellas, 2%, considera que podrá llevar a cabo mas del 75% de su actividad comercial a través de la Internet. Así, el panorama a futuro presenta una tendencia a mejorar en el mediano plazo, a medida que la inserción y adopción del uso de las Tecnologías de la información se vaya incrementando en la actividad económica de la ciudad.

Evolución de la Ley de comercio electrónico en Colombia

A partir de la década de los noventa se inició una creciente tendencia por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la práctica mercantil internacional, la cual adquirió unos alcances hasta ese momento no imaginados, que condujeron a distintas disciplinas del conocimiento a estudiar las condiciones en que se desarrollaban las relaciones mercantiles internacionales y los efectos jurídicos que ellas producían.

Debido a todo esto, algunos foros internacionales iniciaron un estudio detallado y específico de la forma como se desarrollaban estas relaciones, con el fin de que éstas “contaran con la certidumbre necesaria para generar obligaciones y vínculos jurídicos semejantes a los que se daban en un entorno tradicional”.⁶

A MODO DE CONCLUSION:

El desarrollo del Comercio Electrónico ha favorecido las transacciones entre empresas, las comunicaciones dentro de las mismas y su comunicación con los clientes finales, por la velocidad de transmisión de datos que proporciona, la infinita gama de oportunidades disponibles, y la seguridad que brindan los principales portales de ofertas de productos y servicios en Internet.

En el futuro, cuando se transforme en algo masivo y cotidiano, las posibilidades de operar con este sistema serán ilimitadas, debido a su constante avance.

El desarrollo del comercio electrónico en las pymes del sector exportador ha evolucionado, mostrando oportunidades para su difusión; lo mas seguro es que con el tiempo la fuerza del desarrollo tecnológico mundial se haya hecho necesario que las fuerzas productivas tomen conciencia de la importancia que tienen las innovaciones, especialmente en tecnologías de la información para el aparato productivo.

Una de las principales barreras para el desarrollo del comercio electrónico es el escepticismo por parte de los empresarios frente a las ventajas que traen la informática y la introducción de nuevos métodos para desarrollar las actividades económicas y logísticas de una empresa; de este modo los empresarios no se muestran como el empresario emprendedor, ya que no desarrollan al máximo sus capacidades como líderes con poder de invención e innovación; así una de las necesidades mas apremiantes frente a esta situación radica en el hecho de que los empresarios dirijan esfuerzos hacia la aplicación de estos nuevos métodos tecnológicos, de tal manera que puedan ampliar sus mercados a nivel nacional e internacional. De todos modos, no se puede olvidar que las expectativas de los empresarios hacia el futuro no son desalentadoras, lo cual quedó demostrado en la encuesta realizada, al preguntarles por el porcentaje de realización de sus negocios vía Internet en un futuro próximo.

Por ahora se está desarrollando más el B2B (empresa-empresa) que el B2C (empresa-consumidores). En este último caso se comercializan bienes de poco volumen (libros y discos compactos).

Se destacó el caso de las PYME; que deben analizar su participación en el comercio electrónico, teniendo en cuenta que se requiere tiempo para alcanzar la escala necesaria para que la inversión se justifique; pero al mismo tiempo no hacerlo podría significarles la pérdida de un mercado luego irrecuperable.

El uso del *e-commerce* está directamente ligado al acceso de la población Colombiana a Internet, cuyo porcentaje actual se estima inferior al 5%. Sin embargo, esto es muy relativo, porque en un tiempo no muy lejano, vamos a tener integrado el televisor y la computadora con el cable

Por otra parte se encuentra el importante papel que debe adoptar el gobierno como motor de apoyo en este proceso de innovación comercial para las pymes del sector exportador; la responsabilidad debe estar compartida, ya que los empresarios necesitan el apoyo institucional del estado como fuente de recursos que potencie las actividades a través de la red de Internet. La presencia se debe hacer mejorando la infraestructura y el cableado para que se pueda generar un mejor cubrimiento; otra de las esferas a las cuales se debe prestar atención es a la capacitación en el manejo de recursos informáticos

El comercio electrónico es una nueva forma de Marketing con un crecimiento explosivo pronosticado para los próximos años. La clave para el éxito es encontrar nuevas e innovadoras formas de utilización de la tecnología para desarrollar negocios. Cada empresa debe encontrar sus propias respuestas respecto a cómo conjugar su realidad interna con este nuevo ambiente en el cual debe interactuar. Internet es en este momento una necesidad competitiva, no una opción para las empresas.

No es difícil de entender que el comercio electrónico es una parte muy importante del futuro, solamente tenemos que mirar la gran cantidad de datos estadísticos de las páginas webs consultadas para ver la clarísima evolución que ha sufrido durante estos últimos años. Pero también, se debe remarcar que en nuestro país el comercio electrónico aún tiene que evolucionar mucho para que la gente coja confianza en el mismo. En otros países, como en EEUU, la atención al usuario y la continua mejora de los servicios hacen que el comercio electrónico sea pionero. En nuestro país, aún tenemos que sufrir algunos problemas, como la seguridad de nuestros datos, y la no facilidad en la compra. Es una cuestión de tiempo y que la evolución haga mejorar todos estos aspectos que aún están en prueba. Puede que en un futuro cercano, podamos utilizar el comercio electrónico con todas las garantías que debe tener.

Notas de Pie de Página

¹ *Administrador de empresas, con especialización en: Análisis y administración financiera; Dirección de negocios internacionales y solución de conflictos; y Edumática. Candidato a MBA, con la Universidad de Barcelona.*

² REMOLINA ANGARITA, Nelson. *Internet, comercio electrónico y comunicaciones. Universidad de los Andes. Primera edición 2002*

³ CASTELLS, Manuel "La galaxia internet: Reflexiones sobre internet, Empresa y Sociedad" Plaza y Janes Editores S. A. Primera edición, Noviembre de 2001, pág. 19 Madrid España.

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electronico

⁵ <http://www.usergioarboleda.edu.co/biblioteca/documentos/der.004.htm>

⁶ *Grupo de estudios en internet, comercio electrónico y telecomunicaciones, Universidad de los Andes, Facultad de Derecho. Legis, Literatura Jurídica 2002. Bogotá - Colombia.*