

## **El Comercio Electrónico en la Pequeña y Mediana Empresa**

**Alonso Perez-Soltero**

Email: [aperez@industrial.uson.mx](mailto:aperez@industrial.uson.mx)

Web: <http://www.alonsoperez.com>

En la actualidad, las empresas tienen la oportunidad de ofrecer y vender sus productos a nivel mundial a través de Internet, sin embargo, no todas han aprovechado esta oportunidad y algunas quedarán marginadas si no empiezan a desarrollar esfuerzos para incursionar en la era de las telecomunicaciones. Con ayuda de esta tecnología la pequeña y mediana empresa puede realizar actividades de compra/venta de productos y/o servicios a través del llamado comercio electrónico.

### **Comercio Electrónico**

El comercio electrónico es el uso de la tecnología de Internet para realizar o ampliar las transacciones y las relaciones empresariales (B2B), tanto en la parte de proveedores, procesos internos, o en la parte del consumidor (B2C).

El comercio B2B está enfocado a todas las actividades relacionadas con la compra de materias primas, productos semielaborados y productos terminados, mientras que el B2C está enfocado a la venta de productos y/o servicios con el cliente final. Un sitio Web orientado a B2C, generalmente cuenta con los siguientes elementos fundamentales: Nombre y giro de la empresa, fotos y descripción detallada de los productos que ofrece, precios, formularios que permiten hacer el pedido, proporcionar los datos del cliente para la entrega del producto y capturar el número de tarjeta de crédito. Con estos elementos en la página de la empresa, el posible comprador navega en el sitio hasta que selecciona el/los productos de su agrado y realiza la compra proporcionando todos sus datos, incluyendo su número de tarjeta de crédito [Pérez, 2000].

### **El comercio electrónico en el contexto mundial**

En Europa, el comercio electrónico entre empresas (B2B), ha sido el tipo de comercio electrónico preponderante en los últimos 30 años. En 1999 generó 32,986 millones de dólares, con una proyección para el 2004 de 1,550,451 millones de dólares, mientras que el B2C, que es el que atiende al consumidor final, en 1999 generó 3,191 millones de dólares con una proyección para el 2004 de 232,053 millones de dólares.

En Latinoamérica existen 16,45 millones de usuarios de Internet, siendo los cinco primeros países en su orden: Brasil con 9.84 millones (5.7% de su población), México con 2.5 millones (2.5%), Argentina con 0.9 millones (2.44%), Colombia con 0,7 millones de usuarios (2%) y Chile con 0,625 millones (4.12%) [Jupiter Communication, masterdisseny, 2000].

Para el comercio orientado a B2C conocer al cliente es muy importante. En la tabla 1 se observa el perfil del usuario de Internet en sus diferentes regiones a nivel mundial.

<b>REGIÓN</b>	<b>PERFIL DEL USUARIO</b>
Europa	32 años, usa el Internet 3 veces/semana, 39% son mujeres.
Latinoamérica	28 años, 1.7 años, Del 27%-38% son mujeres, 10.4 hrs/semana.
Estados Unidos	Más de 40 años, con un nivel cultural y de ingresos mayor que la media El 49% son mujeres.
Resto del Mundo	27 años, promedio 1.7 años, 10.4 hrs./semana., el 41% son mujeres.

**Tabla 1: Perfil del usuario de Internet (Moncaleano, 2001)**

### **El comercio electrónico en el estado y en la localidad.**

El estado de Sonora ocupa el primer lugar a nivel nacional en conexiones de Internet, ya que el porcentaje de usuarios en la entidad es superior al promedio nacional. Con un número estimado de usuarios que representa el 3.5% de la población total del Estado Sonora se encuentra a la cabeza, mientras que a nivel nacional esta cifra es de 2.5%.

Según especialistas en redes e Internet en México, Sonora fue una de las primeras regiones del país en desarrollar una infraestructura de conexión, siendo la Universidad de Sonora el nodo regional del noroeste y la principal proveedora de este servicio. Hasta mediados del 2000 había en la entidad 66 proveedores de Internet; 49 de alcance nacional; 6 regionales y 11 locales o al menos ubicadas en Sonora, Sinaloa y Baja California con atención exclusiva para el Estado.

De acuerdo a las estadísticas más recientes en número total de conexiones contratadas en Sonora por los 14 proveedores de Internet más importantes ascendía a 26,700 en junio del 2000.

El total aproximado de usuarios, con base en el número de conexiones contratadas el año pasado era de 71,450 en todo el estado, revelaron las cifras sobre el tema de Robert Donnely. En cuanto a las conexiones empresariales, el promedio de usuarios por conexión es de 14 a 20. Además de que las empresas prefieren empresas locales para conectarse a la Internet.

Una de las aplicaciones más importantes del Internet en la entidad es el comercio electrónico. Los negocios en la red van desde actividades profesionales, tráfico de información y comercialización de productos. Fuera de las transacciones realizadas entre las transnacionales establecidas en la región, el comercio electrónico se encuentra en una fase embrionaria todavía en Sonora [Rangel, 2001].

En el estado de Sonora, se carece de información y estudios actualizados que revelen el uso del comercio electrónico. No se cuenta con un registro de empresas que tienen página Web o que realizan transacciones por Internet. Ni la SECOFI ni las cámaras de Comercio cuentan con información clasificada al respecto.

En cuanto a las pequeñas y medianas empresas regionales y locales, éstas se han enfocado sobre todo la publicación de páginas informativas y sólo unas cuantas empresas locales han incursionado en el comercio electrónico [Leyva, 2001].

### **Tendencias del Comercio Electrónico y el Impacto en la Región**

Considerando los estudios y tendencias a nivel mundial, se observa por ejemplo que en el año 1999 los Latinoamericanos prefirieron comprar libros, computadoras, software y electrónica y la tendencia para el año 2005 es comprar PC's, pasajes aéreos, productos alimenticios, libros y ropa.

El mercado latinoamericano tendrá un previsible rápido crecimiento, estimándose que en más de 75 millones de personas usarán Internet en 2005, en comparación a los 17 millones que utilizaron esta tecnología en 1999. La mayoría de los usuarios son jóvenes (hasta 28-30 años), con un nivel cultural alto. La estimación sobre las ventas en comercio electrónico es que se incrementarán de 5,1 millones de dólares en 1999 a 72.3 millones de dólares en 2005.

La posición respecto al comercio electrónico de Brasil, México y Argentina se conserva en los primeros lugares para el año 2005 [Moncaleano, 2001].

Otros expertos afirman que el comercio electrónico "ya ha despegado" y se generalizará entre las empresas, pero "hasta dentro de siete años no tendrá relevancia seria entre los consumidores". Según el informe sobre tecnologías de la información, antes del 2004 se prevé el desarrollo del comercio electrónico empresa a empresa, el empleo de firmas digitales para transacciones y el uso de teléfonos móviles para el comercio electrónico.

Por otro lado, en el marco de Tech Ed 2001, Compaq Computer de México presentó su visión sobre "el borde de Internet" y se estima que para el año 2005, 1,284 millones de equipos se encuentren conectados a Internet, mientras que el comercio electrónico maneja actualmente un crecimiento de \$354 mil millones de dólares en el 2000 que crecerá hasta 5 mil millones de dólares en el 2005". "Se espera que el número de personas conectadas a Internet a nivel mundial sea de 977 millones en el 2005, mientras que el tráfico de datos sea igual al de voz en el año 2006, lo que requerirá una infraestructura igual o mejor en capacidad al sistema telefónico", afirmó Roberto Rivera Padilla, gerente de Tecnología de Global Services de Compaq Computer Latinoamérica.

Ante esta panorámica, el comercio electrónico en Sonora y la localidad deberá incrementarse y fortalecerse, sin embargo, se requieren considerar algunos aspectos.

De acuerdo a un estudio realizado en la ciudad de Hermosillo Sonora a mediados del año 2000, se evaluó la factibilidad de que las pequeñas y medianas empresas del sector comercial ofrecieran sus productos vía electrónica. Los puntos que se consideraron fueron la demanda en otras regiones, la posibilidad y el costo de envío por mensajería o por Internet y finalmente la consideración de que si su producto podría ofertarse sin una entrevista personal con el cliente. Tomando en cuenta lo anterior, se encontró que el 22% de las empresas cumplen con los elementos para ofertar sus productos en un futuro por medios electrónicos. Por otro lado, se encontró que actualmente utilizan Internet para la comunicación con clientes y proveedores, lo cual significa que indirectamente realizan negocios con apoyo de la red. También se determinó que otro aspecto importante que debe mejorarse es la capacitación, ya que se observó que en la pequeña y mediana

empresa no tienen suficiente conocimiento de las bondades que puede ofrecer esta tecnología en beneficio de estas organizaciones.

El futuro está aquí, el comercio electrónico es una herramienta tecnológica que sabiéndola utilizar apropiadamente permitirá a la pequeña y mediana empresa competir en igualdad de circunstancias con otras organizaciones en el contexto mundial.

### Referencias Bibliográficas

[Jupiter Communication, masterdiseny, 2000] Jupiter Communication. “Situación del Comercio Electrónico en América Latina “, [www.masterdiseny.com/master-net/atrasadas/40htm](http://www.masterdiseny.com/master-net/atrasadas/40htm), 2000.

[Leyva, 2001] Leyva Arroyo, Jesús Gilberto, “El Empresario Sonorense Ante el Comercio Electrónico”, Tesis de Maestría en Administración, UNISON, 2001.

[Moncaleano, 2001] Moncaleano Rodríguez, Gloria Ilse, “El Comercio Electrónico en América Latina: Estudio comparativo del Estado y Tendencias”, Memorias del IX Congreso Iberoamericano de Gestión Tecnológica, Costa Rica, 2001.

[Pérez, 2000] Pérez Soltero, Alonso, “Comercio Electrónico Interactivo”, El Imparcial, Sección Informática, Hermosillo, Sonora, Agosto 2000.

[Rangel, 2001] Rangel, Carmen, “Lidera Sonora Internet”, El Imparcial, Sección Informática, Hermosillo, Sonora, Junio 2001.

**M.C. Alonso Pérez Soltero**, es Maestro de Tiempo Completo del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Sonora, Coordinador de Seguimiento de la carrera de Ingeniería Industrial y de Sistemas y Secretario de la Academia de Cómputo. [aperez@industrial.uson.mx](mailto:aperez@industrial.uson.mx)