



eMARKETPLACES

UNA FORMA MUY **EFFECTIVA** DE VENDER

SIN NECESIDAD DE TOCAR PUERTAS, LOS MERCADOS ELECTRÓNICOS AUMENTAN LAS VENTAS LOCALES E INTERNACIONALES DE LAS EMPRESAS GRACIAS A SUS MILLONES DE USUARIOS.

El 97% de las Pymes colombianas no saben qué son ni para qué sirven los lugares de mercado electrónico. Ese desconocimiento les hace perder una de las opciones más grandes para aumentar sus ventas.

Los *eMarketplaces* o sitios de mercado electrónico son puntos de encuentro para poner en contacto a oferentes y demandantes. A través de internet comunican compradores con vendedores de todo el mundo a muy bajo costo y por ello se han convertido en una opción barata y eficaz, sobre todo para las Pymes, ya que permiten atraer nuevos clientes, promocionar productos y son también una nueva forma de promover las exportaciones.

Infelizmente, según el estudio de Interlat Group, patrocinado por Telmex, Cisco y Proexport, "El uso de Internet y nuevas tecnologías en Pymes colombianas exportadoras o potencialmente exportadoras", muestra que solo el 3% de los empresarios locales los conocen.

Paradójicamente es más sencillo abrir un 'almacén electrónico' en uno de estos sitios que en el mundo de ladrillos y cemento. Lo único que hay que hacer es subir la información a una página, esperar a que aparezcan los compradores y despachar la orden. El pago de lo vendido se hace mediante una consignación en una cuenta bancaria, con tarjeta de crédito o débito y el envío con cualquier empresa de transporte nacional o internacional.

Está demostrado que funcionan. Los usuarios en el mundo no solo ascienden a casi 300 millones, sino que muchas de las empresas que venden a través de este canal utilizan a los mercados electrónicos como su principal fuente de ingresos. Es fundamental enterarse de cómo funcionan los *eMarketplaces* y sus beneficios.

¿EN CUÁL VENDER?

Hay muchas opciones y todas funcionan de manera similar. Una de ellas es eBay.com, el sitio líder en este mercado, con presencia en casi 30 países y más de 200 millones de usuarios. En este *eMarketplace*, el vendedor fija un precio mínimo de venta y puede poner el producto en subasta, o simplemente usar un precio fijo. Por su parte, eBay.com cobra una tarifa muy baja por la actualización del anuncio, para que los artículos ofrecidos sean más atractivos y una pequeña comisión sobre el precio final de la venta. Por ejemplo, el eBay estadounidense toma US\$0,20 por cada US\$80 del valor de los productos publicados y 5,25% sobre el precio final de venta.

Otra es MercadoLibre.com, el número uno en América Latina y el socio latino de eBay.com con 25 millones de usuarios. No hay cargo por publicar en este portal, pero se cobra una comisión de 7,99% por cada venta exitosa.

DeReto.com es otro portal latinoamericano que, a diferencia de los demás, es gratis. No cuesta nada publicar y no hay comisión sobre la venta. Cuenta con 120.000 usuarios y está en Argentina, Chile, México y Colombia. También utiliza el clásico modelo de subastas en la red y como en los demás, los usuarios entran, investigan a través de los buscadores o a través de las herramientas de navegación del sitio y compran el producto si este es de precio fijo u ofertan un precio si este es por subasta.

Para el caso de las Pymes colombianas exportadoras o con potencial exportador, Interlat Group y su producto Unionlideres.com, la unión de Telmex, Cisco y Comcel, está trabajando en la creación de un *eMarketplace* en el cual participarán 200 empresas seleccionadas. Estas empresas ingresarán gratuitamente al mercado virtual y recibirán capacitación y apoyo para el desarrollo en todos los temas relacionados con los *eBusinesses* o negocios electrónicos. Su ejecución está planeada entre julio y diciembre de 2008.

OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES

Según Luis Carlos Chaquea, director general de Interlat Group, para las Pymes resulta muy atractivo el uso de estos sitios electrónicos para reducir costos innecesarios, y aprovechar la posibilidad de tener un sitio *web* interno con vínculo al sitio *web* institucional de la empresa, la exposición permanente de productos y servicios a mercados internacionales, la publicación de productos recomendados, ofertas especiales y el posicionamiento *web* a nivel global.

Por su parte, Alberto Pardo, consultor y ex gerente y fundador de DeRemate.com., dice que son muchos los beneficios de vender en modelos de comercio electrónico. En DeReto.com, señala, el primero es que las Pymes que están allí llegan a unas audiencias muy grandes a las que seguramente jamás llegarían con su capacidad de mercadeo y ventas. El 35% de las ventas de ese sitio las hacen Pymes. "DeReto.com es como un gran supermercado en la red, ya que entran miles de personas todos los días a buscar qué comprar y si las Pymes aprenden a vender en este tipo de modelos de negocios le sacarán muchísimo provecho. Muchas Pymes en Estados Unidos a finales de los 90 se pegaron de eBay.com y hoy tienen unos ingresos por internet bastante interesantes", sostiene.

Por otro lado, señala que las comisiones que se cobran en estos negocios de subasta son relativamente bajas, lo que permite que cualquier Pyme pueda entrar y vender. "Hoy en día, DeReto.com no cobra, pero los otros que están en el mercado sí. De igual forma, considero que el costo

es bajo comparado con el que tiene el implementar una tienda *online* propia", dice Pardo.

Para Mario Dávila, gerente de MercadoLibre.com para Colombia y Venezuela, plataformas como la de esta empresa reducen los gastos operativos para llegar a clientes potenciales de todo el país y la región, frente a los de canales tradicionales de comercialización *offline*, e incluso frente a otras opciones de internet.

Dávila explica que al utilizar los servicios de MercadoLibre.com las Pymes pueden contar en forma inmediata con una plataforma de comercialización *online* sin necesidad de realizar inversiones en desarrollo o diseño de un sitio web propio. Así, pueden ahorrar en costos de mantenimiento y actualización del software y beneficiarse con las estrategias de marketing que implementa MercadoLibre.com generando visitas a las publicaciones. Además, en ese sitio las empresas reciben asesoría gratuita y ayuda en sus primeros pasos como vendedores.

Según Dávila, gran cantidad de Pymes se encuentran registradas en MercadoLibre.com como canal para impulsar sus ventas. Además, señala



ALBERTO PARDO
CONSULTOR Y EX GERENTE Y FUNDADOR DE DEREMATE.COM

"DeReto.com es un gran supermercado en la red. Si las Pymes aprenden a vender bajo este esquema, le sacarán muchísimo provecho".



CIRO PATIÑO
GERENTE GENERAL DE M3P

"Los *eMarketplaces* sí sirven y funcionan como herramienta para lograr acceso a mercados internacionales y exportar".



LUIS CARLOS CHAQUEA
DIRECTOR GENERAL DE INTERLAT GROUP

"Para las empresas son muy atractivos estos sitios en su intento por reducir costos innecesarios y obtener más eficiencias".



MARIO DÁVILA
GERENTE DE MERCADOLIBRE.COM PARA COLOMBIA Y VENEZUELA

"Las empresas pueden utilizar este mercado virtual para ensayar productos nuevos, vender productos discontinuados o remanentes de *stock*".

LOS *eMARKETPLACES*, O LUGARES DE MERCADO ELECTRÓNICO, SON PUNTOS DE ENCUENTRO PARA PONER EN CONTACTO LA OFERTA Y LA DEMANDA. SON UN EXCELENTE COMPLEMENTO PARA LAS ESTRATEGIAS DE VENTA DE LAS PYMES.

que el portal les brinda otras posibilidades de vender, por medio de la creación de sus propias tiendas virtuales (*eShops*), lo que les permite mostrar sus productos solo a los potenciales compradores. "En Colombia, ya son más de 700 las empresas que tienen sus propias tiendas virtuales a través de MercadoLibre.com", indica Dávila. Afirma que según un estudio de ACNielsen, en toda la región son casi 40.000 las personas que generan todo o gran parte de sus ingresos vendiendo por MercadoLibre.com.

Para Ciro Patiño, gerente general de M3P, empresa especialista en asesorías para el desarrollo de negocios por internet, el mayor beneficio de los *eMarketplaces* para las Pymes es darse a conocer. "Lo que no se ofrece no se vende. Lo que no se anuncia no se conoce. Si las empresas están escondidas, sus clientes permanecerán ocultos", dice. Señala que estar en los mercados electrónicos les permite a las empresas concentrar-

se en los mercados internacionales, recibiendo mejores precios de venta y mejores medios de pago que optimizan sus flujos de caja. A su vez, estos lugares generan un tráfico de usuarios hacia la página *web* de las empresas. No obstante, Patiño señala que a pesar de los beneficios que traen los *eMarketplaces*, estos son mercados de oportunidad. Es decir, que no tienen procesos lógicos y si se quiere llegar más lejos en alcanzar los mercados internacionales hay que asesorarse y utilizar otras herramientas como el desarrollo de contactos, sinergias y estrategias de negocio poscontacto.

Entre las pocas Pymes colombianas que utilizan los sitios de mercado electrónico está la empresa banguense Calzado Pielini. Desde hace dos años sus productos aparecen en el *eMarketplace* más conocido del mundo, eBay.com. De acuerdo con Elizardo Suárez, gerente y dueño de Calzado Pielini, 30% de sus ventas

se hace a través de este canal. Otros casos que se destacan, específicamente en MercadoLibre.com, son la empresa de muebles Actual Loft, la de venta de carros Luzmautos y la de electrodomésticos Bodeguitabogotá.

Los *eMarketplaces*, al ser canales para la venta directa en línea de productos, son muy recomendables para usar, gracias a que han resultado ser muy efectivos reduciendo costos y muy confiables recibiendo ingresos. Su bajo costo y la oportunidad que brindan para atraer nuevos compradores nacionales e internacionales les han abierto una nueva puerta a las Pymes para crecer. Así que no hay excusas para quedarse por fuera. Los mercados electrónicos están al alcance de cualquier empresa y de cualquier consumidor y, de acuerdo a las necesidades y a los clientes que se quiera alcanzar, se deberá escoger cuál es el más conveniente para vender. Pero, eso sí, en alguno hay que aparecer. □