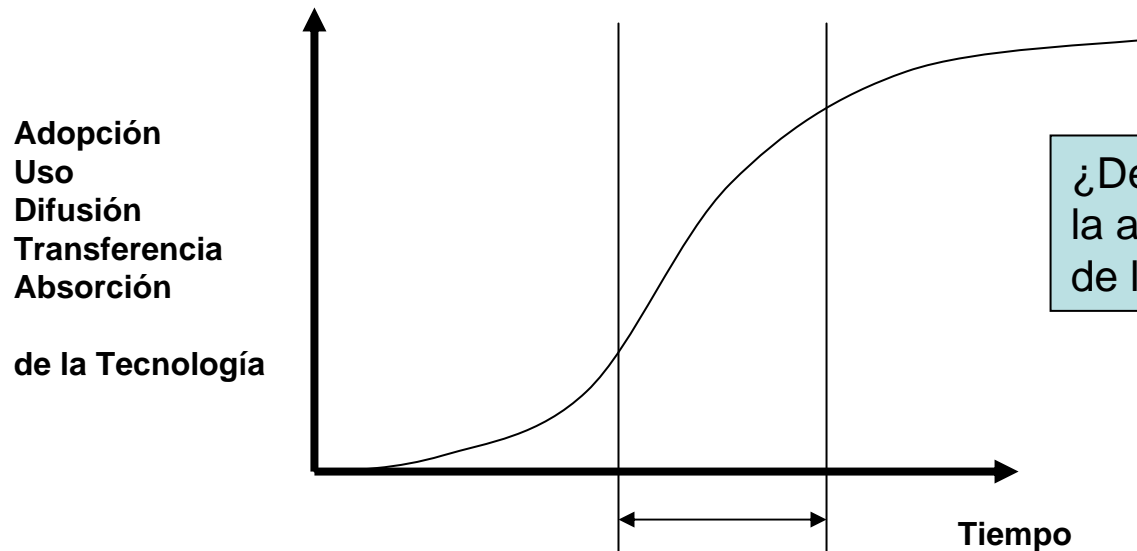

Lecciones para el Fomento del Uso de Internet en las Pequeñas y Medianas Empresas

Curso de Capacitación en Estrategias de Mercadeo y
Negocios en Internet para PYMES
Cartagena de Indias, Colombia
6 de Julio 2007

Nicolo Gligo S.
ngligo@alum.mit.edu

Objetivo de política: acelerar la adopción y uso de la tecnología

Supuestos:
La adopción y uso de la tecnología genera beneficios



Cómo acelerar el “proceso natural” (I)

Aprendizaje

Recambio Generacional

Difusión Tecnológica

Porcentaje de empresas que usan Internet más de una vez al día según antigüedad de la conexión (CHILE)

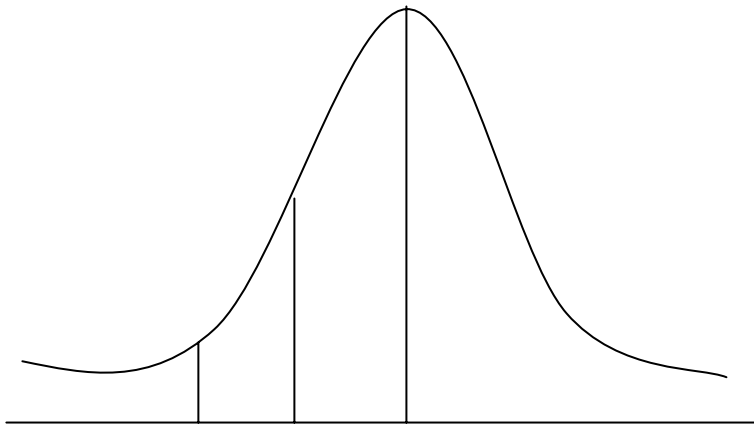
Uso	% de empresas según antigüedad de la conexión	
	menos de 1 año	más de 1 año
Navegar	25,2%	43,4%
E-mail	49,9%	68,0%

Indicadores del uso de Internet en las empresas según antigüedad de la conexión (CHILE)

Indicadores	% de empresas según antigüedad de la conexión	
	menos de 1 año	más de 1 año
Ha realizado alguna compra a través de Internet	12,2 %	30,0%
Tiene sitio Web	21,9%	42,5%
Aumentaron las ventas debido a la publicidad en el sitio Web	4,7%	16,9%
Ha realizado ventas a través de Internet	2,6%	8,5%

Fuente: En base a datos de Universidad de Chile (1999).

Cómo acelerar el “proceso natural” (II)



Encuesta a PYMES

Correo Electrónico

País	Actual	Proyectado 2-3 años
Costa Rica	38%	68%
El Salvador	28%	74%
Guatemala	14%	54%
Honduras	12%	49%
Nicaragua	17%	89%

Página Web

País	Actual	Proyectado 2-3 años
Costa Rica	9%	49%
El Salvador	3%	63%
Guatemala	1%	24%
Honduras	0%	23%
Nicaragua	2%	77%

Fuente: Encuesta TICs en las PYMES de Centroamérica, 2005

DIAGNOSTICO (I)

The Networked Readiness Index Rankings (122 países analizados)

Retraso en la región

2006 - 2007			
Ranking	País	Puntuación	Ranking 2005
1	Dinamarca	5,71	3
2	Suecia	5,66	8
3	Singapur	5,60	2
7	EE.UU.	5,54	1
14	Japón	5,27	16
31	Chile	4,36	29
44	India	4,06	40
45	Jamaica	4,05	54
49	México	3,91	55
53	Brasil	3,84	52
56	Costa Rica	3,77	69
60	Uruguay	3,67	65
61	El Salvador	3,66	59

63	Argentina	3,59	71
64	Colombia	3,59	62
65	Panamá	3,58	66
66	República Dominicana	3,56	89
68	Trinidad y Tobago	3,55	74
78	Perú	3,43	85
79	Guatemala	3,41	98
83	Venezuela	3,32	81
94	Honduras	3,09	100
97	Ecuador	3,05	107
103	Nicaragua	2,95	112
104	Bolivia	2,93	109
114	Paraguay	2,69	113

Fuente: WEF, 2006 y 2007

DIAGNOSTICO (II)

Baja Conectividad

INTERNET AND PCs (Países Seleccionados)

País	Usuarios Internet c/100 hab.	PCs c/100 hab.
Argentina	17.78	8.37
Brasil	17.24	16.09
Chile	28.93	14.75
Costa Rica	21.32	23.11
Colombia	10.39	4.15
México	16.9	13.08
Uruguay	20.55	13.27
Estados Unidos	66.33	76.22

Fuente: International Telecommunications Union, (www.itu.org) 2005

Encuesta a PYMES Acceso a Internet

País	Penetración
Costa Rica	40%
El Salvador	36%
Guatemala	15%
Honduras	15%
Nicaragua	15%

Fuente: Encuesta TICs en las PYMES de Centroamérica, 2005

PENETRACION BANDA ANCHA (Países Seleccionados)

País	Subscripciones banda ancha C/100 hab.
Argentina	2.2
Brasil	1.8
Chile	4.3
Colombia	0.7
México	2.2
Uruguay	1.8
Estados Unidos	16.3

Fuente: UNCTAD, (www.unctad.org) 2005

DIAGNOSTICO (III)

Bajo Uso de Aplicaciones Sofisticadas

Usos de Internet en las PYMES

	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
Correo Electrónico	38%	28%	14%	12%	17%
Utiliza servicios Internet de bancos	24,6%	16,7%	6,4%	2,0%	15,2%
Hace pedidos a proveedores por Internet/correo elect	13,2%	4,8%	4,6%	0,0%	5,6%
Hace pagos por Internet a proveedores	2,5%	4,8% (?)	1,5%	0,0%	0,0%

Fuente: Encuesta TICs en las PYMES de Centroamérica, 2005

DIAGNOSTICO (IV): Principales Problemas

**Desconocimiento vrs.
Evaluación poca utilidad**

Percepción de alto costo

Usos de Internet en las PYMES: Banca Electrónica

	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
Conoce sobre los servicios financieros suministrados por Internet	86,8%	89,3%	58,6%	56,0%	55,5%
Le interesaría utilizar los servicios de un banco por Internet	41,3%	52,0%	21,7%	32,7%	23,8%

Guatemala

Razones por las cuales las empresas no usan Internet

	Micro	Pequeña	Mediana
No es necesaria para mi actividad productiva	55%	58%	50%
Es muy caro para mi capacidad de pago	38%	36%	45%
No sé como usar Internet	24%	13%	20%
Mis empleados no saben como usar Internet		4%	

DIAGNOSTICO (IV): Principales Problemas

**Desconocimiento vrs.
Evaluación poca utilidad**

Percepción de alto costo

Empresas que no han implementado Internet como usuaria en Chile (porcentaje de respuestas)

Razones para no implementar Internet	Tamaño de la Empresa (número de trabajadores)					Total
	1 a 10	11 a 50	51 a 100	101 a 500	501 y +	
Costos muy altos	34,5	29,2	35,3	28,4	33,1	32,8
No perciben la utilidad	25,4	20,8	25,6	6,9	0,0	23,3
No les interesa	17,3	11,4	12,7	13,5	18,9	15,5
Desconocimiento del tema	16,4	16,7	9,0	0,0	0,0	15,5
Falta tecnología e infraestructura	14,6	18,1	13,1	7,3	0,0	15,1
Ninguna razón en particular	4,6	10,0	0,0	14,2	0,0	6,1
Inseguridad	2,5	3,0	0,0	0,0	16,5	2,6
Otra razón	17,7	16,4	17,2	36,9	31,5	18,1

Fuente: Universidad de Chile (1999).

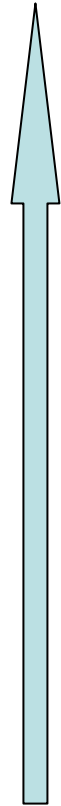
Elementos para el Diseño de Políticas

Entender el problema

Entender/modelar al “sujeto de fomento”

Caminos de acción consistentes

Usos de Internet según Complejidad



Comercio Electrónico (venta)

Promoción y marketing

Comercio Electrónico (compra)

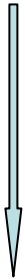
Realización de trámites y servicios

Búsqueda de Información

Comunicación (correo electrónico)
y distribución de información
(archivos adjuntos)

Tipos de Empresas

Tradicionales



Empresas hacen usos sofisticados
(Comercio Electrónico)

Empresas hacen usos básicos
(correo/información
marketing/trámites, etc)

Empresas conectadas y no conectadas

Internet: Tecnología
que potencia actual negocio

Ej.:
Nuevo canal de distribución
Nuevo canal de marketing

www.tamayagourmet.cl/carica.htm

Nuevas Empresas “Virtuales”

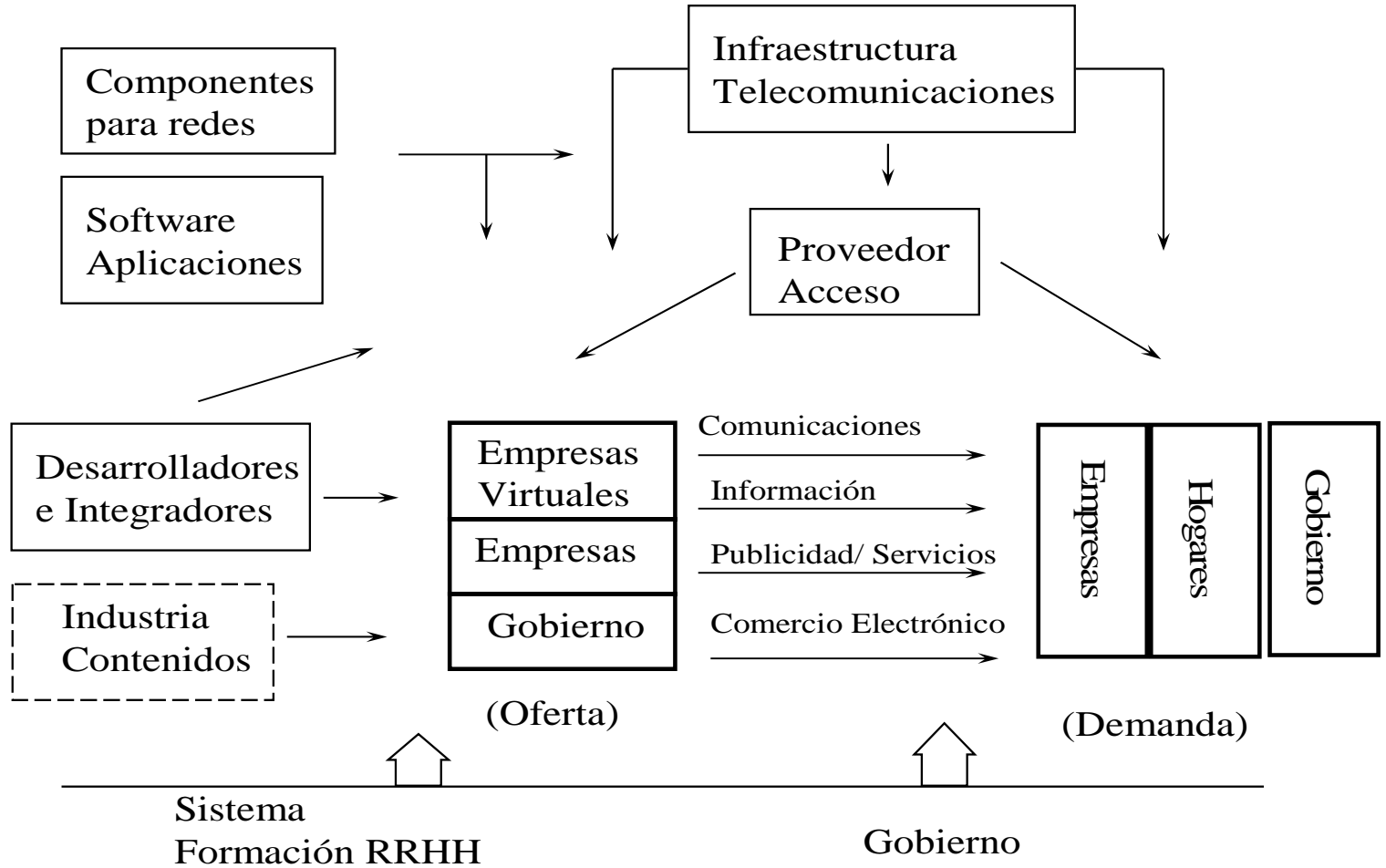


Internet: Tecnología
que genera nuevos negocios

Ej.:
Sitios de remate

Múltiples Actores: Sistema Complejo

Sistema Internet



Ejemplos de Intervenciones sobre el Sistema (I)

Sistema Internet

- Desregulación de la industria telecom (90')
- Negociación Tarifaria (refleje costos reales)
- Apertura de Redes

- Costo acceso a Internet bajó a un 50% en 9 meses.

- Desafío actual:
- Mejorar competencia banda ancha

Infraestructura
Telecomunicaciones

Proveedor
Acceso

Comunicaciones

Información

Publicidad/ Servicios

Comercio Electrónico

Empresas

Hogares

Gobierno

Empresas

Gobierno

(Oferta)

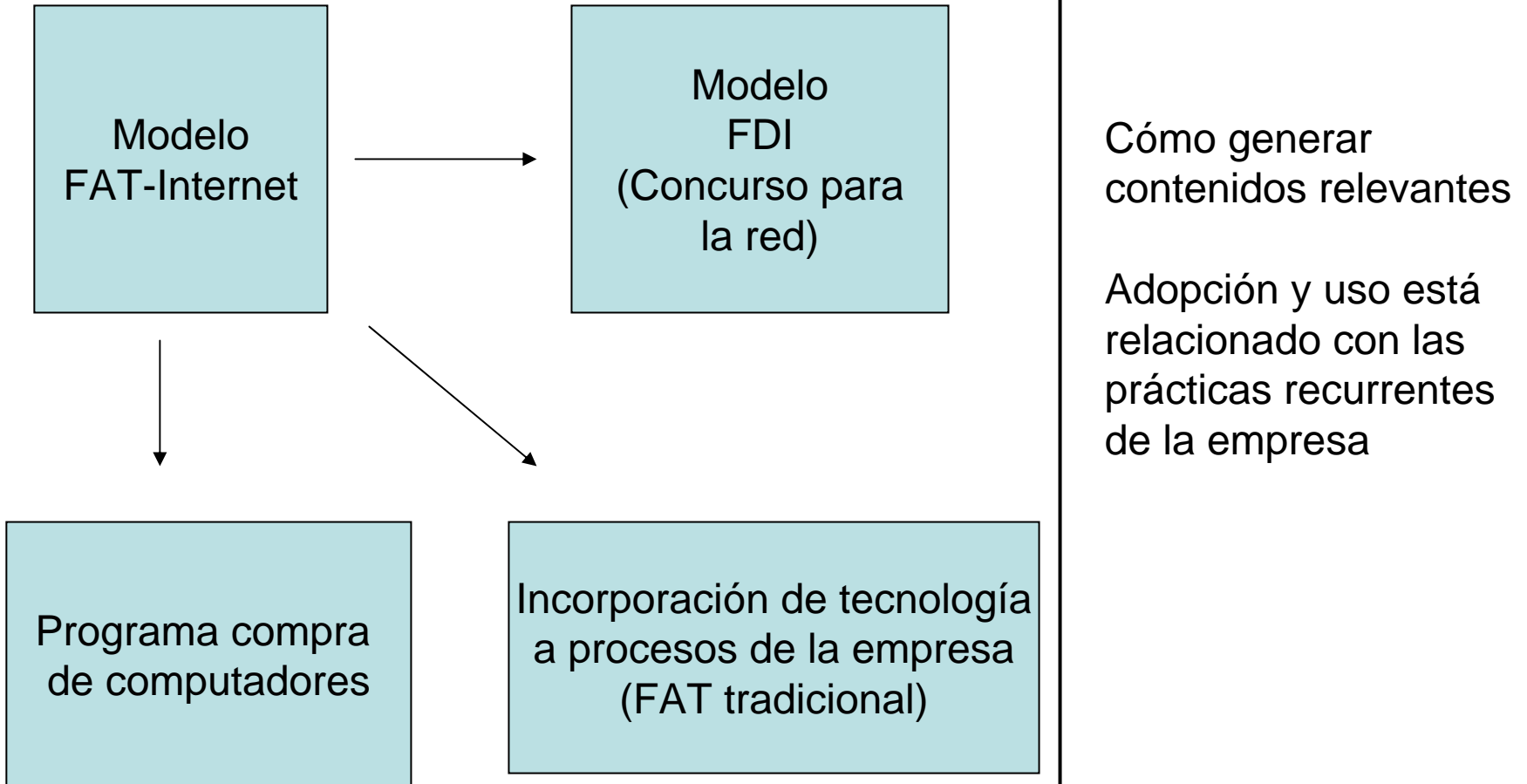
(Demanda)

Sistema
Formación RRHH

Gobierno

Industria
Contenidos

Ejemplos de Intervenciones sobre el Sistema (II)



Ejemplos de Intervenciones sobre el Sistema (III)

Casos de Exito

Servicio de Impuestos Internos

1. • “facilita” y “obliga”
 - instrucciones a las empresas
 - saca de circulación papel
 - entrega propuesta de declaración

Sistema Compras Públicas

2. • Market place
 - todo vía Internet
 - obligación licitar
 - transparencia

No fueron diseñados con el objetivo de promover la masificación de Internet

Ejemplos de Intervenciones sobre el Sistema (IV)

Información y servicios en línea

TrámiteFácil

- Agregador de contenido
- No es responsable servicio

Yahoo!

- Maps
- Travel

www.yahoo.com

Strategis

- Robot de búsqueda

www.strategis.ic.gc.ca

CommNexus

- Programas para sus asociados

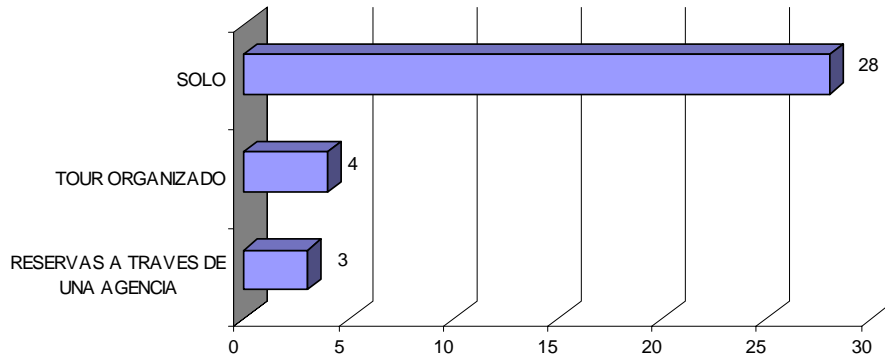
www.commnexus.org

- Qué información/servicio es de mayor utilidad para las empresas
- La tecnología sólo facilita el acceso a dicha información
- Necesidad de prácticas previas de generación y administración de información

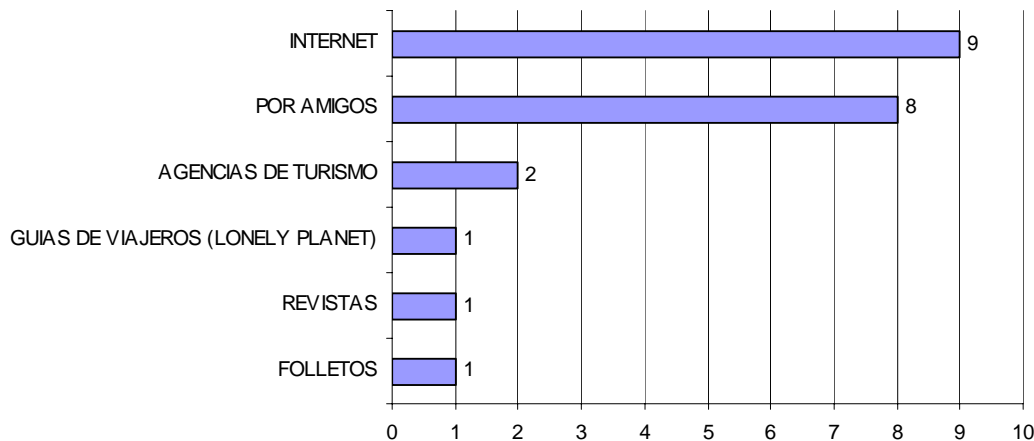
Prácticas de Uso de Información en las Empresas

Ejemplo: Turismo

COMO ORGANIZO VIAJE EXTRANJEROS



¿CÓMO SE INFORMO?



ELABORACION PROPIA, EN BASE A ENCUESTAS REALIZADAS

Pasajes

www.yahoo.com

Hoteles

www.hotels.com

Revisión calidad

www.tripadvisor.com

Arriendo auto

www.budget.com

Direcciones

www.yahoo.com

Evaluación

Uso de Correo Electrónico y Manejo Idioma Inglés

PUCON

Correos Enviados	
Espanol	Ingles
25	27
↓	↓
Correos Contestados	
11	10
(44%)	(37%)
	(2 en espanol)
↓	↓

VILLARRICA

Correos Enviados	
Espanol	Ingles
33	33
↓	↓
Correos Contestados	
15	3
(45,5%)	(9,1%)
	(1 en espanol)
↓	↓

CURARREHUE

Correos Enviados	
Espanol	Ingles
1	1
↓	↓
Correos Contestados	
1	1
(100%)	(100%)
↓	↓

En el dia	45,5%	10%			53,3%	33,3%			100%	100%
Al dia siguiente	54,5%	80%			33,3%	33,3%				
Entre 2y 3 dias		10%			6,7%	33,3%				
Mas de 3 dias										
Total	100%	100%			100%	100%			100%	100%

Bajo nivel de uso correo electrónico e inglés

Problemas no sólo a nivel de PYMES

Como parte de este estudio fue necesario elaborar la base de datos con las autoridades máximas de las agencias de promoción de inversiones y sus e-mails de contacto . Para ello se confeccionó una lista con los e-mails generales de las agencias de promoción de inversiones (recuperados principalmente de su páginas web), para luego contactarlos electrónicamente solicitando confirmar o entregar la información referida. Esta consulta fue realizada a 22 países (del resto se conocía la información o estaba disponible en la página web), obteniendo tiempos de respuesta muy disímiles.

Tiempos	Menos de 1 día	Entre 1 y 2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 11 días	No hubo respuesta	
Número países	8	4	2	3	5	22
Porcentaje	36,4%	18,2%	9,1%	13,6%	22,7%	100%

Rutinas de la PYME tradicional

Características empresa

Características empresario

Particularidades sectoriales

Mejorar las rutinas de la empresa

Incorporar tecnología

Ejemplo:
Programa de mejoramiento servicios
turísticos

RESUMEN

Entender

Modelar

Instrumentos consistentes

Identificar grandes habilitadores-facilitadores

Enfoque sistémico (nivel gobierno)

Enfoque “práctico” (nivel local, asociaciones, instituciones)

La tecnología inserta en el mejoramiento de las rutinas de las PYMES