

LAS PYMES PUEDEN SER GRANDES EMPRESAS EN EL MUNDO VIRTUAL

AUTOR

ALEJANDRO BEDINI G.

Ms. Ing informática

Universidad Técnica Federico Santa María

Depto de Industrias, Economía & Negocios

alejandro.bedini@usm.cl

CHILE

RESUMEN.

El fenómeno de eBusinnes solo es asociado a las grandes empresas con altos recursos y en un contexto donde las PYMES de América del Sur no tienen cabida. Este artículo trata de mostrar los mitos existentes sobre el comercio electrónico y las ventajas de las pequeñas y medianas empresas poseen si incursionan en este nuevo paradigma. En la era de la globalización el eBusinnes se convierte en un medio de sobrevivencia y crecimiento más que una barrera en la industria. Se plantea las consideraciones esenciales para tener éxito en el mundo virtual para las PYMES.

PALABRAS CLAVES (KEYWORDS)

eBusiness

PYMES

Comercio electrónico

1 INTRODUCCIÓN

Las empresas que sobrevivan en el mercado del siglo XXI deben implementar dos elementos claves: **Calidad** y todos sus procesos de negocios soportados por IT (**eBusiness**).

Más que un artículo de investigación se plantea de acuerdo a las experiencias de asesorías y casos de éxito analizados, una visualización de las directrices para las PYMES para asegurar una probabilidad de éxito en el eBusiness. En resumen cuáles son los puntos importantes donde debe concentrarse el esfuerzo de migrar de un mundo *offline* a uno *online*.

2 EL COMIENZO

Un nuevo reto se enfrenta las Pymes del cono sur, ¿cómo puedo ganar la batalla a las medianas y grandes empresas en este nuevo contexto globalizado? La respuesta esta en el ebusiness.

El *e-business*, al igual que e-mail, es un derivado de electronic business (negocio electrónico) — electronic mail, en el otro caso—. Como idea, se le atribuye su introducción por parte de IBM en Octubre de 1997, como centro de una campaña publicitaria.

En general, por e-business se entiende como la aplicación de las TI's (Tecnologías de Información) para facilitar la compraventa de productos, servicios e información a través de redes públicas basadas en estándares de comunicaciones. Tiene que existir en uno de los

extremos de la relación comercial un programa y en el otro extremo o bien otro programa, o una persona utilizando un computador o una persona con los medios necesarios para acceder a la red.

Ahora, ¿qué gana una empresa, con la aplicación de estas tecnologías?, pues a grandes rasgos se distinguen:

- Reducción de costos.
- Mejora en la eficiencia.
- Acceso a nuevos clientes y mercados.
- Mejora en la calidad del servicio y relaciones con: clientes, proveedores y empleados.
- Fortalecimiento de la imagen de marca.

3 LOS MITOS

¿Pero cómo puedo ganar esta batalla si la brecha digital entre las medianas y grandes empresas cada día es más grande? Para responder a dicha pregunta veamos algunos mitos del eBusiness.

3.1 Mito de la velocidad

- **Mito:** Tres meses en Internet equivale a un año en la vida real ... corramos!
- **Realidad:** "Rápido" no significa mejor
- **Consejo:** Hacerlo bien, no con prisas

3.2 Mito de la globalización

- **Mito:** Sólo por estar en Internet soy global
- **Realidad:** Que el medio sea global no hace global a los agentes que actúen en él
- **Consejo:** Valorar seriamente ser global, pues puede diluir esfuerzos o aportar un valor añadido