ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas

"LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEL ECUADOR Y LOS NEGOCIOS POR INTERNET: ANÁLISIS DE LOS NEGOCIOS POR INTERNET COMO GUIA PARA INCREMENTAR LAS OPORTUNIDADES DE DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS EXPORTABLES NO TRADICIONALES DEL ECUADOR"

RESUMEN PARA EL CICYT

Presentado por:

LAZARO DIONISIO SUMBA QUIMI

JUAN CARLOS ZERNA TORRES

Guayaquil - Ecuador

2000

TITULO

"Las exportaciones no tradicionales del Ecuador y los Negocios por Internet: Análisis de los Negocios por Internet como guía para incrementar las oportunidades de difusión y Comercialización de Productos Exportables no Tradicionales del Ecuador"

AUTORES

Lázaro Dionisio Sumba Quimí[1], Juan Carlos Zerna Torres[2], Ms. Luis Rosero Mallea[3]

[1] Economista con mención en Gestión Empresarial. Especialización Finanzas, 2000

[2] Economista con mención en Gestión Empresarial. Especialización Finanzas, 2000

[3] Director de Tesis, Economista, Magíster en Economía, UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México), Profesor de ESPOL (ICHE).

RESUMEN

Por historia sabemos que el Ecuador siempre ha sido un País agrícola, y básicamente proveedor de materias primas para las grandes potencias. Casi son 20 años, durante los cuales el ingreso de divisas al Ecuador ha dependido básicamente de las ventas del petróleo y de los aportes tributarios de algunos productos de exportación, lo que ha causado el descuido en otros sectores productivos del País.

Existen sectores que producen artículos con potencial de exportación, pero por la falta de ayuda técnica, tecnológica y económica no se han desarrollado. Decimos técnica debido a que los procesos productivos en el agro y en lo artesanal no ha variado mucho desde la colonia, y por ende lo tecnológico va ligado a lo económico, ya que esta es muy cara y no se la puede adquirir fácilmente, adicionalmente se requiere de mucho dinero para poder enviar al exterior a comisiones que promocionen dichos productos. A esto se le debe sumar las trabas burocráticas que impiden u obligan a abandonar cualquier proyecto con miras a vender al exterior, debido a los procesos largos y tediosos que se tienen que llevar a cabo para poder exportar.. Los pocos productos no tradicionales que el Ecuador exporta son el resultado del gran esfuerzo y riesgo privado. Las Exportaciones en general y en especial las no tradicionales han sufrido un decremento en términos nominales, y en lo que va del primer semestre de 1999 al parecer la tendencia se mantiene, pues se ha vendido apenas 524 millones de dólares, la disminución es mucho más evidentemente si vemos las cifras que se registran en los boletines del Banco Central, siendo que en los últimos años desde

1997 hasta 1999, las ventas en los semestres de enero - junio de cada año fueron de 555-551-524 millones de dólares respectivamente, lo cual nos muestra un muy deteriorado panorama de las exportaciones del Ecuador y en especial las no tradicionales.
El objetivo de este trabajo, es el de proporcionar un documento que sirva de guía para el desarrollo del sector de productos exportables no tradicionales en las áreas de difusión y comercialización aprovechando las nuevas tecnologías, con miras a mejorar las oportunidades de dichos sectores, generando mayores posibilidades de empleo y nuevos ingresos para el Ecuador.

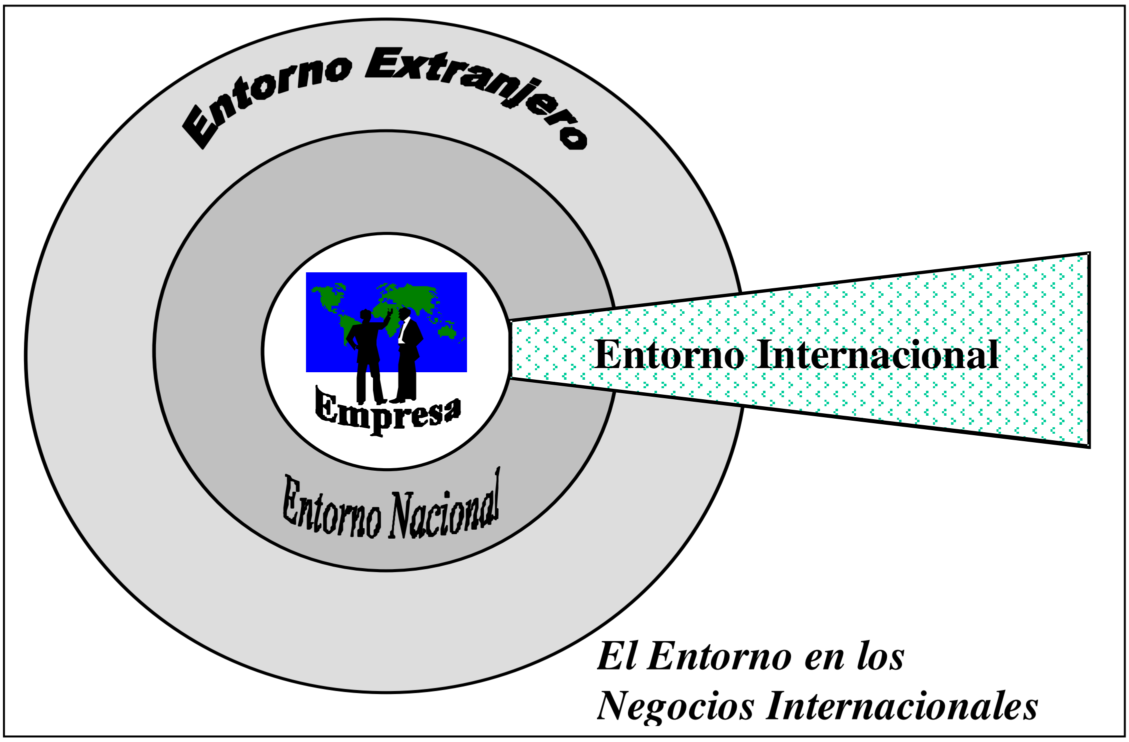
INTRODUCCION

El Ecuador ha venido sufriendo una gran crisis los últimos años, la cual ha afectado a todos los sectores de la economía, en especial al sector exportador y sumado a esto, la crisis internacional a afectado el precio de las materias primas. Por lo tanto consideramos que es importante el buscar alternativas, con el fin de dar a conocer y promover los productos del Ecuador que podrían tener gran aceptación en el mercado internacional, para lo cual pensamos que es importante investigar las ventajas y desventajas que nos dan las nuevas tecnologías como es el *Internet*, y su influencia como medio de comunicación y comercialización.
Dada la facilidad que tiene el Internet para poder transmitir gran cantidad de información a todo aquel que tenga acceso a una computadora, este ha llegado a ser un medio eficiente para que muchas empresas y sus productos o servicios se den a conocer. Los negocios a través del Internet han encontrado en él un medio efectivo para la realización de los mismos. Por este medio de páginas web se logran relacionar empresas, clientes y viceversa, casi no se necesitan relaciones personales, todo lo que se necesita es la información pertinente al país, número de tarjeta de crédito, razón de la empresa, etc.
Este tipo de comercio electrónico es común en los EE.UU. y en Europa. En nuestro País, existen empresas que brindan este servicio, y muchas empresas hacen uso de ella, el cual no constituye un ejemplo de comercio electrónico, pero probablemente si como medio publicitario.
El potencial exportable del Ecuador tiene muchas limitantes, por lo que consideramos que es importante el conocer la real situación de las mismas, en especial, la situación de los productos no tradicionales, ya que es prioritario saber donde nos encontramos, que tenemos y a donde queremos ir. Creemos que el sector de productos exportables no tradicionales en nuestro país podría tener un medio eficaz y barato de darse a conocer y

contactarse con los grandes mercados y puntos de expendio del exterior a través del Internet.

CONTENIDO

En el capitulo 1, se describe una breve historia del Internet, sus inicios hasta la presente fecha, así mismo como un glosario de los términos más utilizados en el así denominado mundo de los negocios electrónicos. Se resalta los aspectos más importantes, tales como la aldea global y el nuevo entorno en el cual se van a llevar a cabo los negocios, pero principalmente le prestamos mucha atención al comercio electrónico. De esta manera, el objetivo de este capítulo es hacer comprender qué es este nuevo fenómeno y cómo opera en general el concepto de el comercio electrónico, el mismo que será detallado de una mejor manera más adelante.



En los negocios internacionales se debe entender como entorno a *"Todas las fuerzas que rodean e influyen en la vida y desarrollo de una organización* [1], dentro de cada entorno se identifican dos tipos de fuerza, las fuerzas internas o controlables y las fuerzas externas o no controlables. A las fuerzas internas se las conoce como controlables, pero en la realidad se tiene solamente cierto control, se las puede controlar bastante bien pero no completamente, estas están constituidas por factores de producción como son el capital, la materia prima o la mano de obra, y por actividades desarrolladas por la empresa como la de personal, finanzas, producción y venta.

Los países en los que mayor desarrollo ha alcanzado el comercio electrónico son: Estados Unidos, Canadá, algunos países europeos como Francia, España. etc. . En el Ecuador, esta forma de comercio aún no se ha desarrollado completamente, los negocios del Ecuador en el Internet no se asemejan a los existentes, porque apenas estamos en una etapa inicial, que es precisamente la promoción de los productos, para luego seguir con la siguiente etapa que es el comercio en línea, etapa que aún no se ha desarrollado en el país, salvo ciertas excepciones.

Muchas de las líneas de estudio aún abiertas en el tema del comercio electrónico deben ser resueltas de manera global. Esto hace que entre los actores con responsabilidad para resolverlas y promocionar el comercio electrónico se deba incluir cuerpos multinacionales. Igualmente, hay un papel para los gobiernos nacionales que es eliminar las barreras nacionales y asegurar la competencia abierta, y para los sectores representativos promocionando prácticas mejores y de poco costo. Finalmente, hay un papel obvio para los suministradores de tecnología, las compañías de usuarios y los consumidores individuales en habilitar y explotar el comercio electrónico. En muchos casos cada actor asume responsabilidades en varios roles y a la inversa cada rol es compartido por varios actores.

Actores	Roles
Cuerpos multinacionales	Fomentar la Sociedad de la Información Eliminar Barreras Globales
Gobiernos nacionales	Asegurar El Campo De Actuación Eliminar Barreras Nacionales
Sectores representativos	Promocionar La Difusión Y La Adopción
Suministradores de tecnología	Proporcionar Tecnologías Disponibles
Empresas	Reorganizar Los Negocios Adoptar Las Tecnologías
Consumidores	Aprovechar Las Oportunidades

El capitulo 2, constituye un verdadero diagnóstico de las exportaciones del Ecuador desde el año 1994 hasta la presente fecha. Nótese que al hablar de las exportaciones del Ecuador, nos estamos refiriendo a las exportaciones tanto tradicionales como no tradicionales del país, sin embargo de esto, damos la mayor importancia a las exportaciones no tradicionales, pero para hacerlo debíamos considerar el desenvolvimiento de las exportaciones tradicionales. Las exportaciones ecuatorianas en los últimos años han tenido que enfrentar una serie de problemas, algunos de ellos se originaron internamente. Revisando lo citado en el resumen de las exportaciones, específicamente en la parte de los aspectos internos que incidieron en las exportaciones podemos sacar como conclusión que las disputas internas entre productores y exportadores representaron para el país la pérdida del liderazgo en ciertos mercados internacionales, tal es el caso del sector bananero, el mismo que vio como millones de dólares se perdieron, debido a que no se podía exportar la fruta.

Es de citar que muchas veces los productos ecuatorianos no pudieron ser exportados por que se necesitaba de ciertas certificaciones que sólo determinadas instituciones podían entregar, esto limita las operaciones de exportación principalmente porque si dichas instituciones se declaraban en huelga (como efectivamente sucedió) las exportaciones no podían salir del país.

Internamente no existen programas que incentiven la investigación y desarrollo de los diferentes sectores exportadores del país, esto impide que los exportadores locales puedan desarrollar productos que puedan competir con los productos internacionales, los cuales mantienen otros estándares de calidad. Sin embargo de todas estas limitaciones, es de anotar que productos como las flores ecuatorianas lograron ser premiadas a nivel internacional.

La inestabilidad económica imperante en el país, también constituye un severo problema. El rechazo popular a un incontable número de medidas, anunciadas por diferentes gobiernos ha sido un factor característico de nuestro país. La corrupción es otro problema crítico del país, pues engendra muchos otros, afecta la imagen del país, llega a impedir la llegada de capitales frescos al país (factor confianza), no se llega a producir un saneamiento completo de la economía y debido a esto el país no es reconocido internacionalmente, motivo por el cual llega a ser relegado una y otra vez. Son precisamente estos factores los que debemos combatir, si es que en realidad deseamos salir de la recesión en la que se encuentra sumida el país.

En el tercer capítulo se analiza más profundamente la tecnología de los negocios utilizadas mundialmente y particularmente en el Ecuador. Se habla brevemente de los negocios por Internet, porque posteriormente se analizará profundamente este tema. En este tercer capítulo resultan importantes los aspectos de la economía digital y del dinero E (dinero electrónico). También describimos la aparición de un nuevo tipo de consumidor, al que ya muchos denominan como los cyberclientes (o ciberclientes), el cual también surge como producto dela aparición de la nueva economía. El dinero –E es dinero que se mueve por múltiples canales, en gran parte por fuera de la red establecida por los bancos, cheques y billetes, que se encuentran supervisadas por diferentes entidades de control. Estos canales permiten a los clientes y empresas intercambiar dinero de modo más barato, más cómodamente y más rápido que a través del sistema bancario, lo cual constituye una verdadera ventaja para cualquier tipo de negocio. El dinero –E como tal ofrece a sus usuarios una serie de ventajas, pero creemos que las más importantes son las que detallamos a continuación:

- El dinero –E es más cómodo y flexible que el dinero tradicional. Puede ser utilizado por consumidores y empresas para cualquier tipo de transacción, desde comprar artículos a través del Internet hasta prestarle a un amigo una cierta cantidad de dinero.
- Los bancos que emiten dinero –E podrían descubrir que resulta mucho más barato que manejar los cheques y los registros en papel que se utilizan con el dinero tradicional.
- Los consumidores que realicen negocios a través de Internet encontrarán que algunas modalidades de dinero –E brindan mucha más privacidad que el uso de tarjetas de crédito corrientes.

El dinero –E también presenta una serie de desventajas, entre las que citamos:

- El crecimiento sin control de los sistemas de dinero –E podría menoscabar los sistemas monetarios controlados por los bancos y el gobierno, lo cual daría lugar a una confusa e ineficiente torre de Babel de sistemas rivales.
- El dinero –E puede ser menos seguro que el dinero bancario: el dinero guardado en un computador personal podría perderse para siempre si el sistema se cae.
- El dinero –E podría fomentar una sociedad de personas que tienen y personas que no tienen. Los dueños de computadoras personales tendrían fácil acceso al sistema, en tanto que los que no tienen PC, muchos de ellos consumidores de bajos ingresos, no lo tendrían.

Finalmente analizamos el tema de los negocios por Internet en el Ecuador, su situación actual, las perspectivas y los problemas existentes.

El capítulo 4, constituye un análisis más profundo de los negocios por Internet, en el que se reconoce algunas de las pautas a las que se debe de enfrentar la empresa que tiene como objetivo promocionar sus productos y venderlos a través del Internet. Alrededor del mundo grandes cambios se están efectuando en el ámbito de los negocios, las innumerables ventajas que ofrece la tecnología Internet están transformando radicalmente la forma como

se llevan a cabo los procesos productivos tanto al interior de las organizaciones como en su interacción con clientes y proveedores. La utilización de esta tecnología proporciona a las empresas una gran cantidad de beneficios al tiempo que elimina grandes obstáculos que han surgido al paso del incremento en el uso de las computadoras personales. El World Wide Web, el correo electrónico y los sistemas de transferencia de archivos están siendo cada vez más utilizados por las organizaciones como medios de comunicación interna y externa.
Las empresas deben de tener una orientación en el Internet y creemos que dicha orientación debe ser:

- Filosofía general
- La fase de i+d (Investigación y desarrollo)
- La fase de producción y control de calidad
- La fase de publicidad
- La venta en la Internet
- El servicio postventa en la Internet

El cumplimiento de cada una de estas etapas asegurará presencia a la empresa, pero el éxito depende de qué tan bien la empresa se ajuste a los cambios que esta tecnología representa y ajustarlas a su cultura corporativa.
A manera de ejemplo, citamos al caso de diversas empresas que adoptaron el uso de esta tecnología a su estructura, entre ellas Dell Computer, Cisco Systems y Amazon. El éxito que cada una de ellas ha tenido es una promesa para cualquier otra nueva empresa, aunque las circunstancias pueden cambiar, los resultados a obtener dependen de la habilidad de la empresa.

CONCLUSIONES

El Internet busca revolucionar el orden tradicional de los procesos en todas las áreas del conocimiento, reivindicando el derecho a la igualdad, precisamente en una década caracterizada por cambios muy notorios en el ámbito empresarial.
El Internet ha tenido una muy buena acogida en las organizaciones de todo tipo, pequeñas y grandes, y ha sido de mucha ayuda en el campo de los negocios, especialmente en el caso de las ventas al detalle. A través de las tiendas y malls virtuales se busca ofrecer toda clase de mercancías, para todo tipo de clientes. Un aspecto a considerar es que este es un campo muy propicio para que algunas organizaciones fuera de la ley puedan hacer uso indebido de este recurso, por eso la preocupación de todos los gobiernos del mundo se enfoca hacia el

diseño de políticas regulatorias de comercio en la red. En nuestro país, la presencia del CORPECE (Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico) es un avance muy importante en el desarrollo del comercio electrónico en el Ecuador, este organismo presentó un proyecto de ley al Congreso Nacional, el mismo que se espera tenga una acogida favorable y que inmediatamente sea publicado en el Registro de Ley.

En nuestra tesis hacemos referencia a como nuestra economía ha sido blanco fácil de externalidades que han comprometido seriamente el flujo de ingreso de las divisas.

Por esto, consideramos, que una forma de motivar el crecimiento y desarrollo de la economía es incentivar al sector de productores de bienes exportables, en especial al sector no tradicional, puesto que las demandas de estos productos es mayor cada día. El objetivo es que al diversificar nuestras exportaciones, nuestra economía incremente sus ingresos, tomando como base que son pocos los productos que se han posicionado en nichos de mercado de Europa, EE.UU. y Asia, a dichos productos les ha ido muy bien y las economías de los países exportadores mejoran notoriamente, motivando una mayor producción y por ende generando mayores tasas de empleo.

Este trabajo pretende dejar un antecedente en este campo, para que nazcan proyectos que tengan como objetivo principal la colocación de productos ecuatorianos en el exterior, mediante la implementación de estrategias de marketing que ayuden al desarrollo de dichas empresas en el Internet. El Ecuador tiene una gran oportunidad en el Internet como herramienta en los negocios internacionales. Como indica la corriente mundial, le corresponde al sector privado desarrollar este campo, mientras que al Estado le corresponde la obligación de crear las condiciones necesarias para que este proyecto alcance los niveles de crecimiento deseado a favor de la economía del Ecuador.

BIBLIOGRAFIA

- Don Tapscott. “La economía digital”, Editorial McGraw – Hill.
- Bill Gates, “Negocios a la velocidad del pensamiento”, Primera edición,1999.
- Ball & McCulloch “ Negocios internacionales “ Quinta edición 1996
- Kotler & Armstrong “ Mercadotecnia “ Sexta edición 1996
- Banco Central del Ecuador. “Información Estadística Mensual”, julio 1999.
- Ley de Comercio exterior e inversiones LEXI, Ley No 12, 1997.
- Revista “América Economía”, varias.
- Revista “Infogerencia”, varias.
- Revista “Cash Internacional”, varias.
- Diarios del Pals.
- http://www.speed-of-thought.com/index_home.html
- http://www.ecua.net.ec:82/entidadescomerciales/comexterior.html
- http://www.eq3.com/proexant/
- http://www.zdnet.com/devhead/stories/articles/0,4413,2321306,00.html
- http://www.corpei.org/
- http://www.corpei.org/espanol/oferta/artesania/menu.htm
- http://www.ecuador.fedexpor.com/

Ms. Luis Rosero Mallea – Director de Tesis