

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 bumanaguesa 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. □