

TIENDA ELECTRÓNICA PARA PYME DE ZONAS VULNERABLES DE MEDELLÍN

I. Datos Básicos del Proyecto

1. **Título:** Tienda Electrónica para PYME de Zonas Vulnerables de Medellín
2. **País:** Colombia
3. **Agencia Ejecutora:** Incubadora de Antioquia de Medellín

II. Antecedentes

En Colombia y en particular en la ciudad de Medellín, gran parte de la economía está sustentada en micro y pequeñas empresas (PYME), las cuales constituyen la fuente de ingresos diarios para cientos de familias. Estas PYME fabrican productos con calidad pero poseen grandes deficiencias en sus áreas administrativas y comerciales. Las consecuencias de estas deficiencias son la pérdida de participación en el mercado, de oportunidades de crecer y de dar a conocer sus productos a una población de compradores más grande y diversa. Sin embargo, una barrera que impide el crecimiento económico de estas empresas es que sus principales clientes también tienen bajos ingresos, lo cual obliga a vender con márgenes de ganancia mínimos. Además, su ubicación geográfica (en barrios vulnerables o centros populares de comercio) no favorece sus ventas a la población con mayor poder adquisitivo, lo cual genera un círculo vicioso de pobreza.

En Medellín hay 35,000 empresas, 89% son microempresas; 9.7% pequeñas y medianas empresas (PYME) y 1,3% grandes compañías, de las cuales un gran porcentaje están ubicadas en los estratos bajos de la ciudad, poseen un mercado limitado y tienen pocas posibilidades de expandirlo. Muchos de sus productos solo pueden ser adquiridos en un lugar diferente a su lugar de producción cuando un intermediario se encarga de la logística de venta. Aunque es clara la necesidad de buscar canales comerciales alternativos para estas PYME, debe considerarse que dirigir parte de sus ventas hacia un segmento poblacional con mayores ingresos implica igualmente una mayor exigencia en cuanto a calidad y capacidad de respuesta, siendo necesario elevar su competitividad antes de ofrecer sus productos a este mercado. Para lograr el mejoramiento de la productividad y competitividad, las PYME deben adoptar maneras formales de llevar a cabo sus procesos básicos empresariales para lo cual deben capacitarse en temáticas como contabilidad, administración, comunicaciones, mercadeo y aspectos legales entre otras, pero además deben integrar estos conocimientos a la práctica diaria de manera eficiente por medio del desarrollo de competencias y la utilización de tecnologías de información y comunicación (TIC). Actualmente en las PYME predomina la no presencia de computadores y el desconocimiento de sus potencialidades lo que implica un atraso tecnológico que imposibilita su aprovechamiento para aumentar la competitividad.

La generación de un mayor volumen de ventas que incremente los ingresos y mejore la calidad de vida es una preocupación existente en la ciudad. Para una PYME la comercialización implica el desarrollo de procesos logísticos y de distribución o acudir a intermediarios. Es entonces el comercio electrónico, la herramienta ideal para mostrar masivamente los productos e impulsar el fortalecimiento de estas empresas permitiendo que tengan un canal alternativo de comercialización, pero igualmente se debe sensibilizar al cliente potencial, quien debe tener *motivación y un grado de confianza suficiente para hacer una compra en Internet*. Se aprovecharía el auge en Colombia del incremento del uso de pagos electrónicos, el acceso a Internet y la conectividad y el cambio generacional que lleva consigo mayor adaptación a los medios electrónicos.

La población beneficiaria de este proyecto, denominada como de “vulnerable”, es perteneciente a zonas sin problemas de orden público (problemas que existieron en un pasado relativamente reciente) donde se puede llevar a cabo la logística de venta de la tienda virtual. Son personas que tienen satisfechas sus necesidades básicas (vivienda, alimentación y servicios públicos) y poseen pequeñas y medianas empresas con necesidad de expandir sus mercados hacia clientes potenciales con mayor poder adquisitivo y así mejorar sus condiciones de vida. Son entonces empresas con debilidades en diversas áreas y con potencial de ser fortalecidas.

El proyecto se concibe como un proyecto de ciudad donde participan instituciones como la Alcaldía, Fundación Empresas Publicas de Medellín (EPM), el Banco de las Oportunidades y el SENA.

III. Objetivos del proyecto, componentes y actividades

El objetivo general del proyecto es mejorar la posición competitiva de las PYME con un promedio de 10 empleados ubicadas en los estratos socioeconómicos bajos (1, 2 y 3) de las zonas vulnerables de Medellín, mediante su fortalecimiento empresarial basado en el uso de las TIC. Para ello se propone el desarrollo una plataforma de e-commerce que permita a las PYME beneficiarias mercadear y comercializar sus productos, generando nuevos canales de comercialización por medio de una Tienda Electrónica. Para lograr el propósito del proyecto se ejecutarán los siguientes componentes:

Componente 1 - Sensibilización de las empresas sobre los beneficios de usar TIC en los negocios.

Este componente sensibiliza a las MYPES sobre los beneficios de usar las TIC en los negocios. Las actividades previstas en este componente incluyen: (i) distribución de material informativo; (ii) charlas de sensibilización sobre el uso de las TIC con apoyos de aliados (Banco de las Oportunidades, Microempresas de Antioquia, Actuar Famiempresas); (iii) selección de PYME participantes.

Componente 2 - Fortalecimiento socio-empresarial.

Con este componente se busca fortalecer y formar socio-empresarialmente a las MYPES en actividades que contribuyen a mejorar sus capacidades, productos y servicios. Para ello se llevarán a cabo las siguientes actividades: (i) realización de talleres de mercadeo, contabilidad, calidad y aspectos legale; (ii) visitas a las empresas participantes para recolectar los datos de línea base; (iii) clasificación de las empresas por sectores: Confecciones, Artesanías, Alimentos; (iv) realización de procesos de formación en nuevos productos e innovación diseñados para cada sector en particular. Se tratarán además, temas como nuevos materiales, tendencias del mercado, diseño e innovación, Internet y el comercio electrónico y se capacitará en Internet básico.

Componente 3 - Desarrollo de Tienda Electrónica.

Con este componente se busca ofrecer nuevos canales comerciales a las MYPES mediante el diseño e implementación de una Tienda Electrónica, a través de un sitio web. Las actividades contempladas en este componente son: (i) definición de los requerimientos del sitio web y de la herramienta Open Source a utilizar; (ii) diseño e implementación de la infraestructura necesaria (servidor, data center, PC, Internet, cámara digital, licencias de SW); (iii) definición de las políticas del sitio, responsabilidades, calidad de producto, tiempos de despacho etc.; (iv) validación y adaptación del modelo logístico de operación.

Componente 4 – Difusión.

Este componente pretende fortalecer la cultura de e-commerce mediante modelos de operación innovadores y un programa de difusión con enfoque de responsabilidad social dirigido a segmentos de población con medio y alto poder adquisitivo. Al ser este un proyecto apoyado por la Alcaldía, se cuenta con su apoyo para la difusión “free press” y para el envío de boletines a diferentes medios de la ciudad. Se aprovechará también la afluencia a centros comerciales y se establecerán kioscos de Internet donde las personas puedan comprar bajo la guía de una persona del equipo de trabajo. Se diseñará y distribuirá material impreso innovador para llegar a personas de estratos medios y altos. Además se diseñarán incentivos a compradores de la tienda electrónica.

IV. Agencia Ejecutora

La Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia, Colombia (IEBTA) es una corporación mixta de carácter privado. Fue creada en 1996 por más de 29 instituciones del sector productivo, académico, público y gremial y es una fábrica de nuevas empresas. Su objetivo se concreta en términos de un indicador: “La maximización del valor empresarial en el menor tiempo posible”.

La Incubadora es operadora de importantes programas de fomento a la cultura del emprendimiento tanto a nivel urbano como rural. Se destacan el programa Cultura E, promovido por la Alcaldía de Medellín y operado por la Incubadora, que hasta la fecha ha formado en temas empresariales a más de 15.000 personas y ha generado 73 nuevas empresas en clúster especializados. También ejecuta el programa EMFOCAR que con recursos de la Gobernación de Antioquia y SENA busca formar más de 5.000 personas campesinas en competencias empresariales y la creación de 100 empresas agroindustriales.

Sus principales actividades son: Sensibilización en procesos de emprendimiento, Formación empresarial, acompañamiento en la elaboración de planes de negocios, creación y fortalecimiento empresarial, prestación de servicios tecnológicos, formulación y operación de proyectos de integración regional, consecución de recursos para procesos empresariales.

Cuenta con muy buenos socios estratégicos para el proyecto como lo son la Alcaldía, el SENA, la Fundación EPM y la Cámara de Comercio de Medellín.

V. Aspectos principales

Beneficiarios del Proyecto: Para el primer año del proyecto se beneficiarán 300 PYME en labores de fortalecimiento socio-empresarial y a través de las ventas que generará la tienda electrónica. Estas PYME están ubicadas en zonas vulnerables de la ciudad de Medellín que tienen productos que pueden ser comercializados entre la población de mayores ingresos.

Indicadores del proyecto: A continuación se indican algunos de los indicadores previstos:

PERSPECTIVA	INDICADORES
Objetivos	Número de empresas sensibilizadas
	Número de PYME afiliadas
Procesos	Empresas utilizando TIC en al menos un proceso básico empresarial (contabilidad, comunicaciones, etc.)
MERCADO	Personas que han comprado a través de la Tienda Electrónica
	Aumento del número promedio de contactos comerciales (clientes potenciales)
	Aumento de 20% de las ventas en número de productos

Sostenibilidad: Los ingresos se derivarán de: publicidad, patrocinios, comisión de envíos, cuota de sostenimiento, montaje de catálogos a nuevas empresas y comisión de venta. En la corta etapa de transición se espera contar con apoyo de las entidades que financian la puesta en marcha del proyecto y de otras que lo encuentren atractivo y consistente con sus prioridades. Un Taller de Sostenibilidad se realizará antes del inicio de la etapa de cierre del proyecto.

Divulgación: El proyecto propone un programa de difusión con enfoque de responsabilidad social dirigido a segmentos de población con medio y alto poder adquisitivo, contándose con el apoyo de la Alcaldía para la difusión “free press” y para el envío de boletines a diferentes medios de la ciudad. Se realizará publicidad a través de prensa (4 periódicos de barrios, 10 periódicos universitarios y 3 periódicos

locales), radio y otros medios alternativos. Además, se establecerán kioscos de Internet en 5 centros comerciales donde las personas puedan comprar bajo la guía de una persona del equipo de trabajo y se diseñarán incentivos a compradores de la tienda electrónica.

Riesgos: Los principales riesgos son: (i) poco interés de las PYME en participar. Para mitigarlo se reforzará la sensibilización de las empresas en la necesidad de fortalecerse y abrir nuevos canales comerciales; (ii) temor de las personas para pagar los productos a través de Internet. En este caso el proyecto propone diferentes mecanismos de pago que generen confianza en los consumidores, como por ejemplo pago contra entrega, consignación bancaria, transferencia bancaria, entre otros, así mismo la tienda electrónica contará con un espacio físico que generara seguridad a los compradores, avalado por instituciones de reconocimiento regional y nacional, donde los clientes pueden acudir en caso de una queja o un reclamo. Se aprovechará además la creciente tendencia en Colombia de realizar transacciones financieras a través de Internet donde ya se tiene una gran cantidad de usuarios familiarizados en este tema.