

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GERENCIA EMPRESARIAL**



**EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA. UN NUEVO ENFOQUE
DE NEGOCIOS**

**Trabajo presentado como requisito para optar al Grado de
Magíster en Gerencia Empresarial**

Autor: Roberto Gustavo Crosa Silvera

Tutor: Sandra Carolina Dávila Urreiztieta

Maracaibo, Julio del 2002

**EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA. UN NUEVO ENFOQUE
DE NEGOCIOS**



UNIVERSIDAD
Rafael Belloso Chacín

DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
PROGRAMA GERENCIA EMPRESARIAL
NIVEL: MAESTRÍA

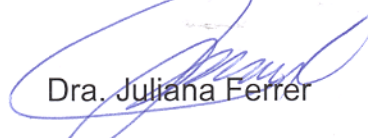
VEREDICTO

Quienes suscriben, **SANDRA DÁVILA, JULIANA FERRER Y CATHERINA CLEMENZA** Designados como jurado examinador por el Consejo Universitario de **URBE**, para evaluar el Trabajo de Grado Titulado: **EL COMERCIO ELECTRÓNICO UN NUEVO ENFOQUE DE NEGOCIO**. Que presenta el (la) Maestrante **ROBERTO CROSA**, titular de la cédula de identidad N°. **10.434.310**, bajo la Tutoría de: **SANDRA DÁVILA**, titular de la cédula de identidad N°. **11015460** nos hemos reunido para revisar dicho trabajo después de la exposición y defensa correspondiente, lo hemos Aprobado con la calificación de Dieci nueve (19) puntos, asignándole la mención _____, de conformidad con las normas vigentes en esta Institución, para la evaluación de los Trabajos de Grado, para obtener el Grado de **MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL**.

En fe de lo cual firman, en Maracaibo, 22 de Julio de 2002.


MSc. Sandra Dávila

C.I. N°. 11015460
Univ. o Institución a la
que pertenece
URBE


Dra. Juliana Ferrer

C.I. N°. 4.155.656
Univ. o Institución a la
que pertenece
LUZ


Dra. Catherina
Clemenza

C.I. N°. 7.608.388
Univ. o Institución a la
que pertenece
LUZ



DEDICATORIA

A Dios por guiarme siempre por el camino correcto.

A mi Yinezka y Santiago por siempre estar a mi lado.

A mis Padres y hermanos.

A la Universidad Rafael Belloso Chacin, Alma Mater, siempre dispuesta a realizar nuestros sueños.

RECONOCIMIENTOS

Para realizar un trabajo de esta magnitud, se necesitó de la ayuda de un grupo de personas muy importante que guiaron mis pasos, aportando datos, recomendaciones, y en muchas ocasiones escuchando mis quejas. Es por ello que deseo expresarles mi gratitud.

A Dios por guiarme siempre el camino correcto y darme esperanza en seguir adelante.

A la Dra. Sandra Dávila, por el interés demostrado, el conocimiento oportuno y sobre todo por la gran calidad humana que la caracteriza.

A mi esposa Yinezka agradecer por su ayuda, paciencia, amor y comprensión a lo largo de la carrera que fueron factor fundamental para este logro.

A mi hijo Santiago por su alegría y amor que siempre me hace falta.

A mis padres por su ayuda incondicional a lo largo de mi carrera, y por ende de mi vida.

A mis compañeros, Francisco, Julio y Saimarylys, por sus palabras de aliento, enseñanzas y sus críticas constructivas en lo largo de la carrera.

Y por último a las personas que entrevisté, que gracias a su valiosa colaboración, y aporte, fueron importantes para los resultados de la investigación.

GRACIAS.

ÍNDICE GENERAL

	Página
APROBACION DEL TUTOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
RECONOCIMIENTOS	v
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
 INTRODUCCIÓN.....	 1
 CAPITULO I: EL PROBLEMA	
1. Planteamiento del problema	7
2. Objetivos de la investigación	11
2.1. Objetivo general	11
2.2. Objetivos específicos	11
3. Justificación de la investigación	11
4. Alcance de la investigación	13
5. Delimitación de la investigación	14
 CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	
Marco Teórico	16
1. Antecedentes de la investigación	16
2. Bases Teóricas	22
Origen del término comercio electrónico.....	22
Definiciones del comercio electrónico.....	26
Características de la nueva economía.....	29
Claves de éxito de los negocios en Internet.....	31

Categorías de negocios electrónicos.....	36
Como funciona las relaciones entre los actores.....	40
Fortalezas y debilidades del comercio electrónico.....	42
Beneficios del comercio electrónico.....	48
Implicaciones y retos.....	49
Barreras del comercio electrónico.....	52
Potencial real del comercio electrónico.....	54
Oportunidades del comercio electrónico.....	71
Venezuela preparada para el comercio electrónico.....	75
Comportamiento de los usuarios y suscriptores de Internet en Venezuela.....	81
3. Definición de términos básicos.....	85
4. Sistema de Variables.....	85
4.1. Definición Conceptual.....	85
4.2. Definición Operacional.....	86
 CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO	
Marco metodológico	88
1. Tipo y diseño de investigación	88
2. Población y muestra.....	92
3. Recolección de datos	95
4. Análisis de los datos.. ..	99
5. Procedimiento de la investigación.....	99
 CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	
Resultado de la investigación.....	103
Que es el comercio electrónico para Venezuela.....	104
Organizaciones con comercio electrónico vs. comercio	

tradicional.....	106
El comercio electrónico y su impacto en la cultura y la comunicación organizacional.....	116
Estrategia de negocios claves para la implementación del comercio electrónico en su organización.....	119
Barreras y limitaciones del comercio electrónico en Venezuela.....	124
Visión del comercio electrónico en Venezuela.....	130
Venezuela, futuro y comercio electrónico.....	134
CONCLUSIONES.....	138
RECOMENDACIONES.....	145
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	148
ANEXOS	151
A Entrevista Nacional.....	152
B Entrevista Expertos Venezolanos.....	153
C Entrevista Extranjeras.....	154
D Muestra Nacional.....	155
E Muestra Expertos Venezolanos.....	176
F Muestra Extranjera.....	187
G Glosario.....	193
G Operacionalización de las Variables.....	208
G Instrumentó de Validez de Contenido.....	211

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		p.p
1	Oportunidades para proveedores, beneficios para Clientes	71

ÍNDICE DE GRAFICAS

Grafica		p.p
1	Implantación del comercio electrónico.....	29
2	Modelo B2B.....	38
3	Modelo B2C.....	39
4	Actores y tipos de comercio electrónico.....	42

Crosa Silvera, Roberto Gustavo. **EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA UN NUEVO ENFOQUE DE NEGOCIOS** . Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín. Programa de Maestría en Gerencia Empresarial. Maracaibo, 2002.

RESUMEN

En esta investigación se estudia el comercio electrónico y sus perspectivas como una nueva forma de hacer negocios en Venezuela. Este tema de estudio se seleccionó debido al auge que ha tenido Internet en los últimos cinco años, el desarrollo masivo de conexiones de redes, y por consiguiente el rápido crecimiento del volumen de usuarios conectados a la WWW, demuestra en forma natural la existencia de un nuevo medio para la realización de transacciones comerciales de diferente índole, desde labores de consultoría y asesorías hasta transacciones financieras, de valores y la venta de mercancías de cualquier clase. Por otro lado le permitirá a las empresas y a los empresarios, tener una visión mas clara, que les muestre qué es el comercio electrónico y visión que se tiene en Venezuela, para que de esta forma cuenten con una base, que les ayude en la decisión de invertir en la adopción de una empresa digital, y por ende incursionar en una nueva forma de hacer negocios y así aprovechar los aspectos de Internet para mantener un nivel competitivo adecuado a las exigencias de los mercados globales. La metodología que se empleo en la investigación se basó en una revisión de fuentes secundarias acerca del comercio electrónico, así como entrevistas personales y vía correo electrónico a expertos, usuarios con experiencia en comercio electrónico en Venezuela y de otros países. La información recabada se analizó, categorizó e interpreto cualitativamente, dando como resultado que existe poca información y desconocimiento por parte de las empresas sobre el tema del comercio electrónico en Venezuela, se propone acciones por parte del gobierno nacional y por parte de los mismos empresarios que contribuyan a la divulgación, seguridad, marco legal y infraestructura necesarias para el apalancamiento del comercio electrónico en Venezuela.

Palabras claves: Comercio electrónico, Internet, Negocios, Empresa Digital, tecnología.

Crosa Silvera, Roberto Gustavo. THE ELECTRONIC COMMERCE IN VENEZUELA A NEW APPROACH OF BUSINESSES. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Programa de Maestría en Gerencia Empresarial. Maracaibo, 2002.

ABSTRACT

In this investigation one studies the electronic commerce and its perspective as a new form to make businesses in Venezuela. This subject of study I select myself due to the height that has been Internet in the last five years old, the massive development of networking, and therefore the fast growth of the volume of users connected to the WWW, demonstrates in natural form the existence of new means for the accomplishment of commercial transactions of different nature, from workings of consultancy and consultant's offices to financial transactions, of values and the sale of merchandise of any class. On the other hand it will allow to the companies and the industrialists, to have a clear vision but, that it shows to them what is the electronic commerce and vision that is had in Venezuela, so that of this form they count on a base, that it helps them in the decision to invest in the adoption of a digital company, and therefore to incursion in a new form to make businesses and thus of taking advantage of the aspects Internet to maintain a suitable competitive level to the exigencies of the global markets. The personal methodology that use in the investigation was based on a revision of secondary sources about the electronic commerce, as well as interviews and via electronic mail to experts, users with experience in electronic commerce in Venezuela and of other countries. The successfully obtained information was analyzed, categorized and I interpret qualitatively, giving like result that exists little information and ignorance on the part of the companies on the subject of the electronic commerce in Venezuela, such sets out actions on the part of the national government and industrialists which they contribute to the spreading, security, necessary legal frame and infrastructure for the leverage of the electronic commerce in Venezuela.

Key words: Electronic commerce, Internet, Business, Digital Company, technology.

INTRODUCCION

Las organizaciones son cada vez más conscientes de la necesidad de descubrir, reconocer y obtener beneficios de nuevos canales que les permitan ampliar su estrategia de mercado y adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes. Por ello, las tecnologías emergentes y la naturaleza cada vez más transparente y fluidas de las comunicaciones mundiales a través de Internet han permitido cambiar el concepto de canal de comunicación local a red mundial y han abierto una vía para incentivar el comercio hacia un ámbito global. Internet es hoy una fuente de recursos inimaginables que permite a las empresas llegar a los clientes ubicadas en cualquier parte del mundo y de forma personalizada, configurándose como el canal de comunicación más flexible, amplio y e individualizado.

Los bajos costos, los millones de receptores potenciales, la versatilidad en el uso de las tecnologías, las estrategias comerciales y la gran capacidad de difusión de la información, hacen de Internet la infraestructura básica para el desarrollo de una nueva forma de comerciar: el comercio electrónico.

El comercio electrónico permite que las empresas realicen transacciones, en línea con socios comerciales, origina nuevas formas de entender el marketing, los canales de venta y distribución, la gestión de pedidos, la entrega del producto, los procesos administrativos y los servicios de fabricación y adquisición. En definitiva, el comercio electrónico aporta a las empresas nuevas oportunidades de rapidez, eficacia, espontaneidad, interactividad y reducción de costos. Este nuevo mercado es una línea de negocio donde las empresas; requieren de una revisión de los actuales modelos de gestión y competencia, de la cadena de valor empresarial y de las estrategias comerciales a fin de que las empresas puedan aprovechar al máximo el potencial del comercio electrónico.

El comercio electrónico es mucho más que realizar transacciones a través de la Internet. El comercio electrónico es una nueva forma de hacer negocios que requiere un estudio profundo y detallado de sus características individuales, principalmente en lo referente a la relación entre el vendedor y el comprador. A pesar de sus millones de usuarios actuales, y un escalofriante crecimiento cercano al 10% mensual, la Internet es sin lugar a dudas un medio nuevo y poco regulado. Esta carencia de reglas, induce cierto miedo y desconfianza en sus usuarios. Por lo tanto, es fundamental que las empresas interesadas en realizar comercio electrónico a través de la Internet, sepan crear una imagen que infunda confianza y seguridad en los usuarios.

El comercio electrónico no es más que una consecuencia de la evolución actual en materia de comunicación y transferencia electrónica de datos. Su éxito depende del establecimiento de confianza y seguridad en sus usuarios. Dicho establecimiento de confianza en el sistema ya está ocurriendo, sin embargo, las empresas interesadas en beneficiarse actualmente deberán demostrar y establecer su propia confiabilidad y seriedad en todos los aspectos del proceso de comercialización, desde la promoción y publicidad de sus productos, hasta la forma de ordenarlos, el pago y envío de los mismos.

Venezuela no escapa a esta situación, ya que es fundamental que sus empresarios y público en general tomen conciencia del potencial que representa el comercio electrónico, a fin de mejorar la competitividad tanto interna o externamente, ya que la globalización es inminente, tal sentido debemos estar preparados.

Uno de los principales retos que tienen las compañías involucradas en la prestación de servicios y soluciones para negocios electrónicos en Venezuela, es habilitar y ejecutar una estrategia de comercio electrónico que esté totalmente alineada con las realidades de nuestro país, donde las empresas poseen marcadas diferencias, no sólo desde el punto de vista de sus infraestructuras tecnológicas, sino en sus capacidades presupuestarias y hábitos operacionales.

Es por esta razón que se plantea en este trabajo desarrollar las bases para el establecimiento de un plan estratégico genérico que permita a las empresas en Venezuela adoptar exitosamente esta nueva forma de hacer negocios, proyectándolas más allá de la simple utilización del medio como un canal de mercadeo, siempre tomando en cuenta los aspectos fundamentales de la economía de negocios basados en Internet.

Para lograr el propósito de la investigación, se desarrollará un estudio enfocado al análisis de las características actuales del comercio electrónico, así como los aspectos económicos que participan en el proceso de la realización de transacciones comerciales a través de Internet, tomando en cuenta las características que inciden sobre los conceptos de eficiencia y efectividad aplicados al comercio electrónico. Una vez analizado el proceso, se establecerán las oportunidades de acción para diferentes tipos de empresas.

El desarrollo de esta investigación se explica en la documentación que se ha dividido en cuatro capítulos. En el capítulo I, se describe el problema, los objetivos, la justificación y la delimitación de la investigación. En el capítulo II, se resume y analiza toda la revisión bibliografía y documental que gira en torno al comercio electrónico en Venezuela y el mundo.

Posterior a esto, en el capítulo III, se comenta la metodología seleccionada y utilizada para desarrollar la investigación, que consiste principalmente en una interpretación cualitativa de las dos fases de este

estudio (revisión documental y realización de entrevistas). En este mismo capítulo se describe la muestra y el instrumento y la información recabada por este medio.

En el capítulo IV, se explica los resultados del estudio donde figuran los hallazgos y aportes al conocimiento que entrega esta tesis. Finalmente, las conclusiones y recomendaciones las cuales detallan y justifican la investigación.