

# Propuesta de Proyecto: ChileVende

Marco Antonio Zúñiga ([marco@maz.cl](mailto:marco@maz.cl)) – Eduardo Díaz Cortés ([ediazc@manquehue.net](mailto:ediazc@manquehue.net))

11 Enero 2005

## 1 Resumen Ejecutivo

ChileVende corresponde a un proyecto colaborativo de la Comunidad de Software de Código Abierto en Chile, orientado al desarrollo de una plataforma de aplicaciones de software y servicios asociados, que permite a las distintas empresas chilenas productivas y de servicios (especialmente del segmento Micro, Pequeña y Mediana empresa) mejorar su capacidad competitiva a través de canales de Comercio Electrónico sobre Internet a costos accequibles, con múltiples prestaciones y de última generación.

Para los diversos actores relacionados con la oferta de este tipo de soluciones, permite optimizar sus procesos de investigación y desarrollo, aumentar su base de clientes, prestar nuevos servicios de alto valor agregado y generar espacios de diferenciación mediante la incorporación de componentes específicas incorporadas a la infraestructura base.

## 2 Situación Actual

Un diagnóstico consensuado a nivel nacional es que la capacidad real de crecimiento del país depende de una serie de factores relacionados con la capacidad competitiva de las empresas y principalmente, de su capacidad de apertura a los mercados mundiales.

Un factor fundamental para este proceso de profundización comercial y apertura a nuevos mercados tiene relación con expandir la Presencia Virtual y la capacidad real de realizar procesos de Comercio Electrónico vía Internet.

### 2.1 Sobre la demanda

Un diagnóstico (reforzado por diversos estudios locales) muestra que las empresas en el segmento Pequeña y Mediana Empresa (PYME), y especialmente la Microempresa (MYPE), no han sido capaces de incorporar en forma efectiva las TI como parte de su proceso productivo y comercial, y en particular, aumentar su cobertura comercial por la vía de una Presencia Internet de buena calidad, que le permita aprovechar de mejor forma sus limitados medios de promoción y venta directa.

Dado que además quien toma la decisión en este segmento de empresas corresponde generalmente al Dueño/Gerente de la empresa, el foco de la incorporación de TI está orientada principalmente a resolver necesidades básicas de gestión interna (soluciones administrativo contables, recursos humanos y finanzas), quedando relegada la Presencia Virtual (por una combinación de falta de recursos, conocimiento y dedicación) a una segunda etapa.

La presencia Internet, de existir, se reduce a establecer una presencia básica en el Web (típicamente por la vía de un sitio de páginas estáticas, las cuales por construcción estarán siempre desactualizadas) y un mail de contacto. Información en otros idiomas, especialmente Inglés, Portugués o algún otro idioma para algún mercado específico de interés de la MYPE o PYME, definitivamente no existe, ya sea por la falta de oferta local o por corresponder a inversiones que deben ser absorbidas en su totalidad por la pequeña empresa.

Quienes optan por soluciones de una escala mayor, típicamente un Catálogo Electrónico o incluso una solución de Tienda Virtual o de toma de pedidos, se ven además obligados a realizar un catastro de soluciones e investigación en un entorno acotado, sin tener parámetros de comparación más que la propia experiencia o recomendaciones del entorno cercano, debiendo optar muchas veces por soluciones de alcance o impacto fijo, forzando una decisión por precio y cercanía con un potencial proveedor, sin considerar en muchos casos funcionalidad, experiencias exitosas similares y capacidad futura de crecimiento.

El resultado final para la MYPE y la PYME es que su solución de Comercio Electrónico, de existir, es limitada y dependiente en forma absoluta del proveedor de la solución inicial, sea cual sea el tipo de solución por la cual opte.

## **2.2 Sobre la oferta**

Entre los oferentes de soluciones de Presencia Virtual para el segmento de las MYPEs y PYMEs, podemos identificar a priori las siguientes categorías, en orden creciente de complejidad (y coincidentemente, montos de inversión a realizar por el cliente):

1. **Diseñadores Gráficos y Freelancers:** cuya oferta generalmente se limita a crear “Páginas Estáticas” sobre plantillas gráficas predefinidas, sin incluir capacidades reales de Comercio Electrónico. Este segmento se caracteriza en cuanto a que su conocimiento sobre herramientas de programación e incorporación de funcionalidades es mínima. La mantención de estas soluciones queda generalmente “amarrada” al proveedor que la diseñó inicialmente y se aplica sólo para pequeñas modificaciones realizadas sobre la gráfica o contenidos estáticos.
2. **Programadores Independientes:** cuya oferta incluye parte de los procesos de diseño y presencia, y algunas funcionalidades básicas de programación. Su oferta generalmente corresponde a una “base de software” que incorpora algunas funcionalidades básicas, copiadas de proyectos previos o en el mejor de los casos, incorporadas para un proyecto específico. Los proyectos ofrecidos por este segmento de oferta son generalmente muy limitados en cuanto a funcionalidad, absolutamente propietarios y sin capacidades reales de crecimiento. La mantención de estas soluciones queda definitivamente “amarrada” al proveedor, y se realiza por la vía de “parches pequeños”, solicitados generalmente como servicios tarifados por “Hora”. Por construcción, la incorporación de nuevas funcionalidades o servicios a partir de la solución original no existe o es de muy difícil solución.
3. **MYPEs de Desarrollo, con Soluciones Básicas de Comercio Electrónico:** esta oferta está generalmente basada en un “Producto” de la MYPE de Software (que muchas veces corresponde a un conjunto de desarrollos y programas relativamente empaquetados, que no difiere mucho de la oferta de programadores independientes), con la diferencia de que las

soluciones poseen una estructura de precios medianamente predefinida y alternativas de crecimiento de funcionalidad, pero indudablemente limitadas por la capacidad de desarrollo de la MYPE. La mantención de estas soluciones también queda “amarrada” al proveedor, y generalmente no se realizan upgrades de funcionalidad, por ser requerimientos evaluados caso a caso como un nuevo proyecto de desarrollo de software, por lo cual tanto los tiempos de implementación como los costos asociados, desincentivan la decisión de inversión asociada por parte del cliente final por la incertidumbre asociada.

4. **PYMEs de Desarrollo, con Soluciones Medianas de Comercio Electrónico:** cuya oferta generalmente está basada sobre Productos Proprietarios o de Código Abierto, que han sido adaptadas por la PYME desarrolladora y que soportan un nivel básico de configuración y opciones. Las nuevas funcionalidades dependen de la limitada capacidad de inversión de la PYME desarrolladora, la cual incorpora nuevas funcionalidades a su “Producto” aprovechando “nuevos proyectos”, que generan una base de recursos frescos para mejorar y potenciar el desarrollo. Cada solución termina de esta forma siendo específica para cada cliente, generándose múltiples versiones (tantas como clientes han ido adquiriendo la solución en sus diversas etapas). Las nuevas funcionalidades (desarrolladas como parte de un proyecto) se incorporan al producto en sus nuevas versiones, pero su incorporación a los “proyectos previos” se considera un nuevo desarrollo caso a caso. Se provoca entonces un círculo virtuoso de efecto negativo, donde los “adaptadores tempranos” o “primeros clientes” son los más afectados en este proceso, ya que deben optar por invertir continuamente en adaptaciones, o bien, resignarse a mantener la versión que “les tocó por destino”. Por último, los costos asociados a estas soluciones para las MYPE o PYME cliente, son de muy difícil decisión.
5. **PYMEs con áreas internas de Desarrollo:** en este caso, las soluciones de Canales Virtuales corresponden a un típico proyecto interno de desarrollo continuo, el cual parte desde “cero” en muchos casos y en el cual las nuevas funcionalidades son producto más de requerimientos puntuales generados por la Dirección de la Empresa que por un Plan de Desarrollo continuo y de etapas conocidas y planificadas. Por lo general, son proyectos absolutamente propietarios, que en términos de los escasos recursos TI de la PYME compiten con el día a día del soporte de operación continua, por lo cual si bien las capacidades de desarrollo y mantención están cubiertas en un nivel mínimo, muchas veces no responden al timing necesario por los requerimientos comerciales de la PYME.
6. **Grandes Empresas de Desarrollo o Productos Proprietarios de Comercio Electrónico con alto costo de licencia básica:** Por costo, estas soluciones no son adquiridas por la MYPE y la PYME, así como también por tamaño de clientes y proyectos, este segmento es poco atractivo para las grandes empresas desarrolladoras o prestadoras de servicio.
7. **Empresas tipo ASP:** La oferta en este espacio en Chile es poca, limitada en cuanto a funcionalidades y no permite la adaptación para realidades específicas de la PYME o MYPE. (Por ejemplo, características especiales, atributos específicos de productos, idiomas, etc.)
8. **Empresas de Hosting:** Que prestan el servicio de alojamiento, asociados generalmente a prestadores de servicios de personalización del tipo 1 o 2. Empresas del tipo 3 prestan también servicios de Hosting, sobre infraestructuras propias limitadas. En estos casos, el prestador de Hosting no genera competencias específicas para la prestación y soporte de nuevas funcionalidades, por ser proyectos específicos caso a caso.

Todas las ofertas mencionadas generalmente son incompatibles entre sí, al no existir estándares de funcionalidad y menos de implementación. Esta situación hace que el cliente no pueda migrar

entre “proveedores” de una misma categoría o entre “categorías crecientes de oferta”. De igual forma, obliga a que cada proveedor realice inversiones propias para poder mejorar su solución propietaria.

### **2.3 Las consecuencias**

Las situaciones descritas hacen que los clientes, especialmente en el segmento PYMEs (que no tienen capacidad de proyectar un plan de inversiones y crecimiento sostenido, ni tampoco el conocimiento adecuado para evaluar las alternativas), se ven obligados a optar por una solución particular de un proveedor específico, dependiendo de la escasa investigación que puedan o alcancen a realizar. Siendo una decisión generalmente relacionada con su limitada capacidad de inversión inicial, los situará en un cierto nivel de funcionalidad y mantención del cual difícilmente podrán migrar en el futuro, a menos que decidan reiniciar el ciclo de inversión completo.

Un diagnóstico preliminar es que en todos los casos mencionados, la selección del proveedor por parte de la MYPE o la PYME limita la capacidad de crecimiento no sólo por limitaciones propias de recursos de la demanda, sino que también por las capacidades limitadas de la oferta. No es posible para la PYME cliente escalar en el tipo de soluciones, a no ser que opte por realizar nuevas inversiones que le hagan partir desde “cero” en todos los casos. Adicionalmente, en el caso de existir “información histórica almacenada” (por ejemplo, información de catálogos de productos, bases de datos de información de clientes y contactos, clasificaciones por categorías de productos y servicios, atributos de SKUs y otros), se genera un amarre natural con el proveedor de la solución tecnológica o del servicio, dificultando la migración hacia una mejor solución.

El resultado es que finalmente el Canal de Presencia Virtual de las PYMEs y MYPES en Chile, como podemos constatar muy fácilmente, presenta las siguientes falencias:

- En la práctica no existe, limitándose a un contacto vía correo electrónico gratuito colocado en las tarjetas de visita de la MYPE/PYME.
- Existe, pero es estático, está desactualizado y depende absolutamente del proveedor de la solución original.
- Existe e incorpora algunas funcionalidades básicas, pero depende absolutamente del proveedor original de la solución. No se incorporan nuevas funcionalidades, por ser nuevos proyectos de desarrollo de software, evaluados caso a caso.
- No permite que las soluciones sean migradas entre prestadores de servicios de Hosting.
- No permite cambios de Proveedor Tecnológico si es que existen problemas de calidad en los servicios de mantención.
- No permiten auto-mantención de los contenidos por parte de la MYPE/PYME cliente.
- Estén en un solo idioma, no incorporan capacidades de interacción con los clientes, no puedan ser integradas en uno o más Malls Virtuales, son limitados en cuanto a funcionalidades o capacidades de búsqueda, no respondan a estándares internacionales, etc.

### **2.4 ¿Tiene sentido?**

En el año 2005, una solución de Presencia Virtual y Comercio Electrónico responde a una serie de paradigmas claramente definidos, que responden a prácticas habituales del comercio ente empresas

y personas, y que de una u otra forma están reflejados en las diversas soluciones ofrecidas en el mercado, en mayor o menor medida.

Con grados crecientes de complejidad, una solución de Presencia Virtual/Comercio Electrónico hoy incluye una serie de funcionalidades mínimas claramente identificables, y que en general sólo tendrán variabilidad por la vía de la presentación gráfica o la configuración de campos específicos, siendo algunas de estas funcionalidades:

- Información Corporativa
  - Quiénes somos
  - Direcciones
  - Historia
  - Ejecutivos
  - Información Comercial
  - Clientes
  - Agenda de Contactos
- Información de Marketing
  - Cartera
  - Portafolio de Productos y Servicios
  - Casos de éxito
  - Noticias
- Información Adicional
  - Información Técnica específica
  - Manuales
  - Sitios relacionados
- Navegabilidad
  - Funciones de Búsqueda en los Contenidos
  - Mapa del Sitio
- Catálogo de Productos
  - Identificación de SKUs
  - Atributos Básicos
  - Atributos Variables
  - Clasificación por Múltiples Familias
  - Información multimedial asociada a los productos
- Catálogo de Servicios
  - ...
- Modelo de Carro de Compra
  - ...
- Modelo de Seguimiento de Pedidos
  - ...
- Modelo de Pagos
  - ...
- Solicitud de Cotizaciones
  - ....
- Información de Soporte
  - ...
- Interfaz en Múltiples Idiomas

- Etc, etc., etc.

En definitiva, la arquitectura funcional en muchos casos es la misma, por lo cual podemos afirmar que desde un punto de vista tecnológico, es posible generar un “commodity” de software, bajo un modelo de desarrollo de Código Abierto, personalizable por la vía de la configuración, y que permita resolver las diversas funcionalidades incluidas en un Canal Virtual, sobre un modelo de crecimiento conocido, compartido y colaborativo, que permita responder a las necesidades de un mercado en muchos casos desatendido, optimizando a su vez los recursos de la oferta para la generación de servicios distintivos.

En definitiva, este modelo genera un círculo virtuoso de permanente retroalimentación entre la oferta y la demanda, permitiendo profundizar la calidad y cobertura de servicios tecnológicos para una gran demanda potencial. Para los clientes, permite aprovechar beneficios de compartir un conocimiento colectivo en las mejores prácticas de Comercio Electrónico internacional, pero desde una óptica chilena.

Adicionalmente, ofrece para la demanda un plan de crecimiento natural y conocido en función de sus inversiones, disminuyendo la incertidumbre de la selección de Proveedores al contar con una oferta más amplia, incluyendo la confianza de poder realizar inversiones crecientes y acotadas, con un claro impacto en términos del tiempo, recursos y resultados a obtener.

### 3 La propuesta

La propuesta considera seleccionar alguna de las Herramientas de Construcción de Canales Virtuales disponibles en el Planeta bajo un modelo Open Source, y generar un “Branch” para Chile denominado ChileVende, que incorpore al menos las siguientes características mínimas:

- Somos CHILENOS antes que nada, pero insertos en un contexto internacional. Usamos Pesos y UFs, pero también Dólares, Euros y Florines. Nuestras unidades de medida son métricas, pero también usamos Pulgadas. (difícil)
- En Chile fabricamos Corcheteras, pero cuando vendemos fuera se llaman Engrapadoras o Stapler. (medio)
- Modularidad y Compatibilidad entre versiones. (difícil)
- Funcionalidades de Comercio Electrónico “Ready To Use” para Chile (fácil)
- Multilinguaje (en al menos Español, Inglés, Portugués y algún idioma asiático) (medio)
- Sobre la base de estándares de definición de Productos Chilenos, incluyendo clasificación de productos y compatibilidad de atributos según la UN/SCPC (medio)
- Que permita el enganche con Medios de Pago Locales (por ejemplo, WEBPay y mecanismos de transferencia electrónica de fondos) (fácil)
- Que permita la inclusión o generación de Malls Virtuales de Comunidades de Empresas (por ejemplo, agrupaciones temáticas por industria, asociaciones gremiales, regionales, etc.) (difícil)
- Que permita realizar agregación de oferta (para modelos de venta colaborativa) (difícil)
- Que incluya módulos de tracking con Couriers presentes en Chile, que permitan llevar la oferta chilena al Mundo (medio)

- Que permita generar una serie de plantillas “Ready to Use” (fácil)
- Que permita estar enganchada con la Plataforma Chilecompra (medio)
- Que permita incorporar funcionalidades de Factura Electrónica (medio)
- Etc.

## 4 Quiénes se benefician

Sobre el modelo de Roles previamente propuesto, los beneficios son claramente identificables:

Para la Demanda: Por la vía de poder predecir sus inversiones sobre la base de resultados conocidos, crecientes y consistentes.

Para la Oferta: Por la vía de poder acceder a una mayor demanda desatendida (más y nuevos clientes!!!), profundizar la especialización por la vía colaborativa, crear nuevos servicios (por ejemplo, “Hosting Especializado en ChileVende”, “Servicios de Catalogación de Productos para ChileVende”, “Capacitación en el Uso de ChileVende”, “Traducción de Catálogos para ChileVende”)

Para el País: Por la vía de potenciar la capacidad de venta local y principalmente internacional, permitiendo que las MYPEs y PYMEs generen un modelo de oferta consistente, estandarizada y (eventualmente) certificada hacia el Mundo.

## 5 Recursos

A priori, se reconocen cuatro fuentes de recursos específicos para asegurar la viabilidad de ChileVende:

- 1.- Los entregados por los propios demandantes (en forma indirecta). Al financiar a los proveedores de soluciones de Presencia Virtual y Catálogo Electrónico que utilicen como base ChileVende. Estos a su vez (por construcción) deberán incorporar las mejoras al proyecto matriz, en forma independiente de que puedan proveer ciertos módulos especializados compatibles con la Plataforma y que les permitan generar algún nivel de diferenciación.
- 2.- Los aportados por Demandantes con capacidades de desarrollo propias (por ejemplo, PYMEs con departamentos TI internos): Que aprovecharán el disponer de la Plataforma Base para sus proyectos internos, incorporando a su vez las mejoras al proyecto matriz.
- 3.- Tesistas, Memoristas y en general, toda la capacidad de desarrollo disponible en el Sistema de Educación relacionado con TI: Que permitirá generar una gran capacidad de desarrollo en sus diversas etapas para la resolución directa de necesidades propias de nuestro país. Se incluye en esta categoría otras disciplinas no directamente relacionadas con el mundo TI pero que pueden realizar un gran aporte. Por ejemplo, las Escuelas de Idiomas pueden incorporar “Plantillas ChileVende en Idioma X”, las Escuelas de Leyes pueden apoyar con la investigación de regulaciones extranjeras y explotar todos los beneficios de los Tratados de Libre Comercio suscritos por Chile para ser incorporados en ChileVende, las Escuelas de Marketing pueden colaborar con Modelos de

Marketing orientados a mercados específicos (con Plantillas ChileVende localizadas, porque no es lo mismo vender a un Chino que a un Francés en términos de mensajes y presentación), etc, etc. En definitiva, es un proyecto que suma muchas disciplinas, con el objetivo compartido de mejorar la competitividad internacional del país.

4.- Fondos Públicos: Incluyendo Fondos de Asistencia Técnica (FAT) relacionados con la capacidad de incorporación de TI en la PYME, PROFOS colaborativos generando un Branch para industrias específicas, PDPs (Programas de Desarrollo de Proveedores) asociados a Consorcios o Grandes Empresas, Fondos de Desarrollo Regional (FNDR), Fondos BID para desarrollo de comunidades virtuales, donaciones, Grants, etc.

--- ooOoo --

Se somete este documento a la Comunidad para su discusión.

MAZ/EDC  
Santiago, CHILE  
Enero 2005