

# IMPORTANCIA DEL E-COMMERCE COMO HERRAMIENTA DE MERCADEO Y EXPORTACIÓN EN PAÍSES DEL TRIÁNGULO NORTE

VI CONFERENCIA REDLAS

SAN JOSÉ, COSTA RICA, 21-22 SEPTIEMBRE DEL 2017



# CONTENIDO

- Generalidades
- Situación actual del e-commerce en el Triángulo Norte
  - Banda ancha
  - Flujos comerciales
- Importancia a nivel empresarial
- Marco legal y políticas públicas
- Conclusiones y recomendaciones

# ¿QUÉ ES EL TRIÁNGULO NORTE?

- Término con el que se conoce a Guatemala, Honduras y El Salvador, países centroamericanos que firmaron un acuerdo para liberar el comercio y facilitar la integración centroamericana a inicios de los años 90.
- Con el tiempo, la apertura comercial fue incluyendo al resto de países centroamericanos



# GENERALIDADES

□ **E-commerce (comercio electrónico):** Proceso de compra-venta de bienes y servicios a través de medios electrónicos, principalmente internet.



¿Por qué el Triángulo Norte? Guatemala + Honduras + El Salvador:  
**32 millones de habitantes (67% de toda C.A.)**  
**Exportaciones de servicios (2016): US\$8 mil millones**

<sup>1</sup> E-commerce Foundation

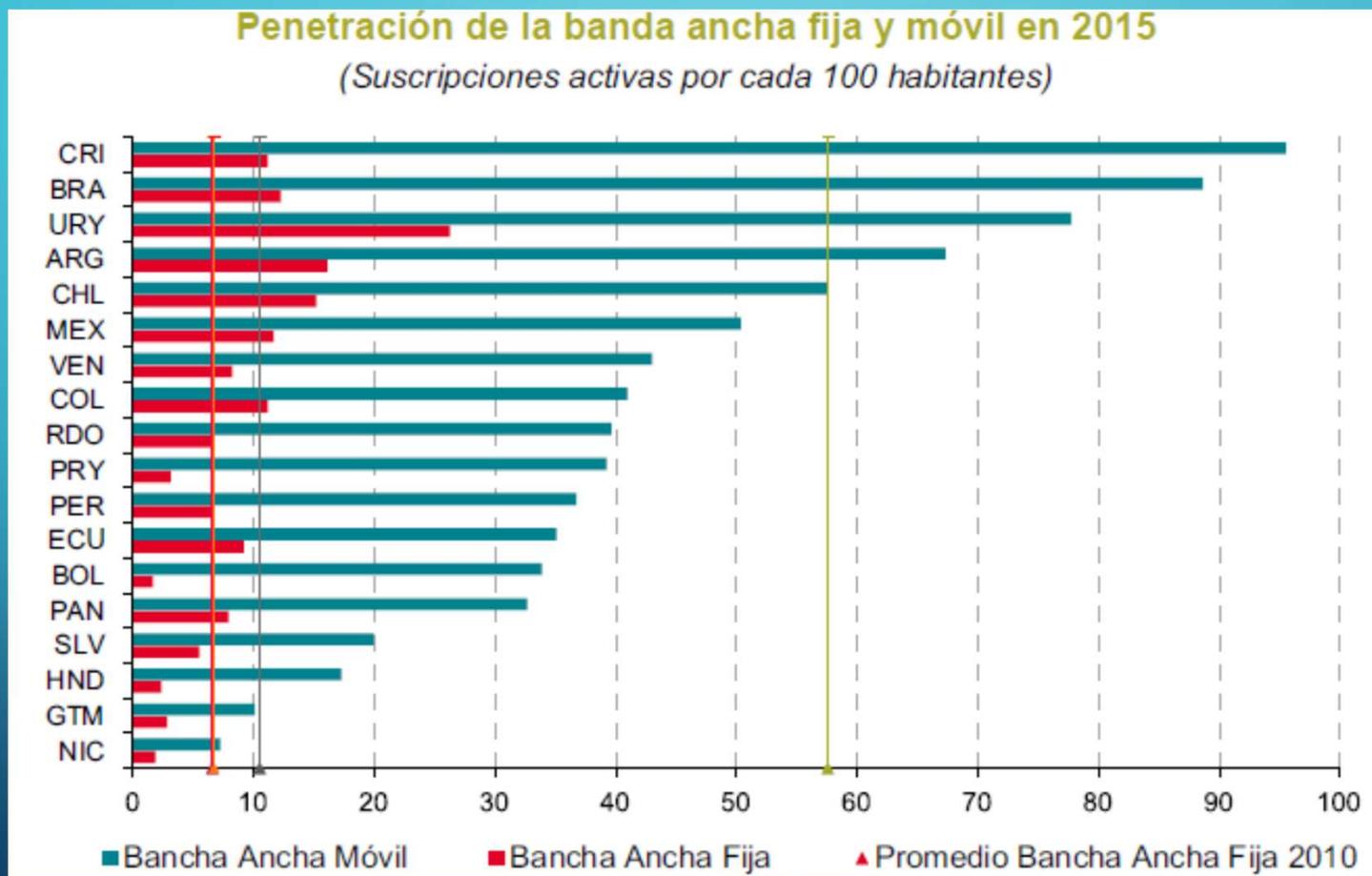
# SITUACIÓN DEL E-COMMERCE EN EL TRIÁNGULO NORTE

## B2C E-COMMERCE INDEX by UNCTAD (2016)

Posición	País	% de personas con acceso a internet	% de personas que utilizan tarjeta de crédito	Cantidad de servidores seguros por cada millón de habitantes	Confiabilidad del servicio postal	Valor UNCTAD B2C e-commerce index value 2015
39	Uruguay	61	40	70	79	62.6
96	El Salvador	30	8	58	31	31.7
98	Honduras	19	6	52	45	30.5
111	Guatemala	23	6	56	0	21.4

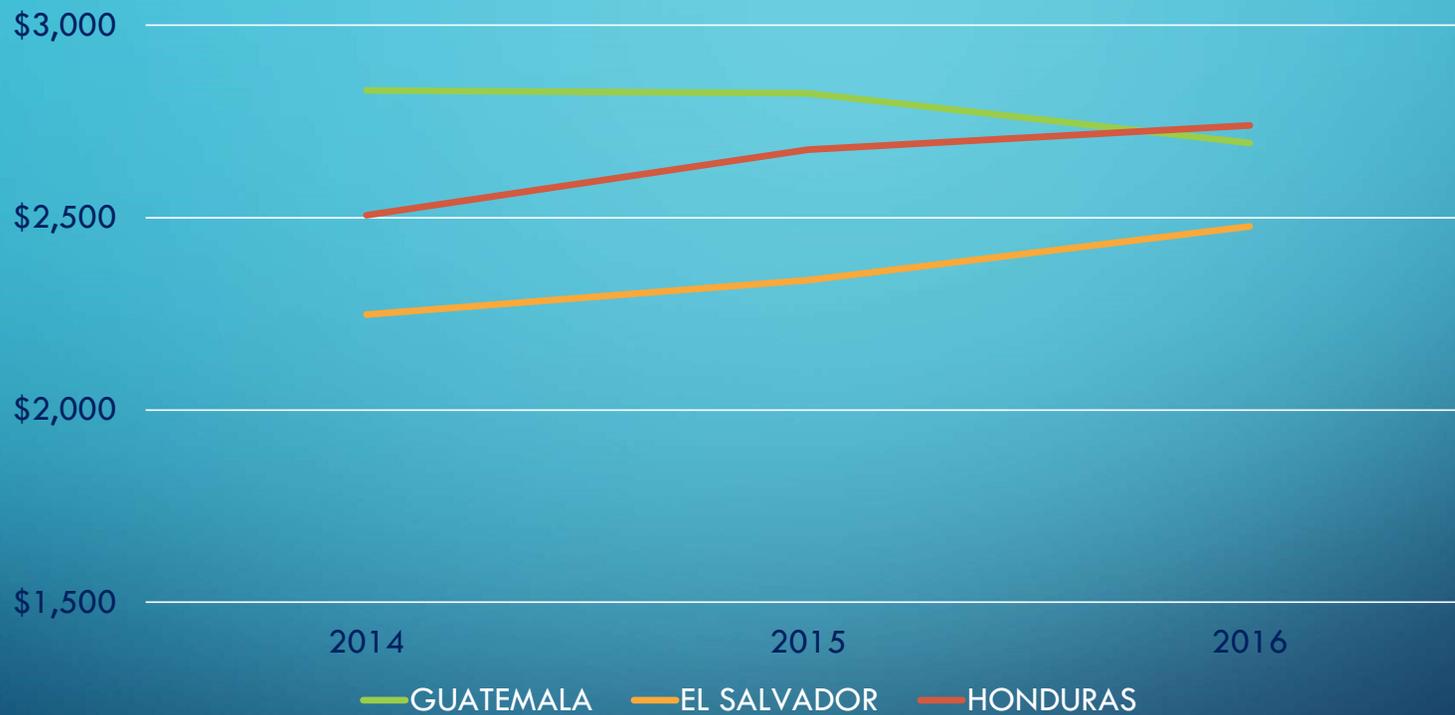
**Objetivo** del ranking: medir compromiso de países para insertarse en canal de comercio electrónico (137 países).

# PENETRACIÓN DE BANDA ANCHA FIJA Y MÓVIL (2015)



FUENTE: CEPAL

# EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN EL TRIÁNGULO NORTE (MILES DE US\$)



FUENTE: TRADEMAP

# KEY FINDINGS



Baja cobertura de internet entre la población

Poco acceso a servicios de pago electrónico

Baja penetración de banda ancha

DEFICIENTE PENETRACIÓN DEL E-COMMERCE



# IMPORTANCIA DEL E-COMMERCE A NIVEL EMPRESARIAL

País	Empresas investigadas	Vende por internet	Envíos al exterior
Guatemala	4	3	0
El Salvador	4	3	1
Honduras	4	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>4</b>

Fuente: investigación propia

- Rubros seleccionados: retailers, exportadores, servicios y tiendas on-line.
- **83%** utilizan internet como canal de venta.
- **33%** tienen disponible envíos al exterior (mayoría en Honduras).
- La exportación se da principalmente por residentes en el extranjero.
- No han desarrollado cadenas globales de valor (muchos productos importados)

# MARCO REGULATORIO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

PAÍS	LEYES VIGENTES	FECHA DE APROBACIÓN
<b>GUATEMALA</b>	-Ley para reconocimiento de comunicaciones y firma electrónica	2008
<b>HONDURAS</b>	-Ley sobre Firmas Electrónicas	2013
	-Ley sobre Comercio Electrónico	2015
<b>EL SALVADOR</b>	-Ley de Firma Electrónica	2015

- En países como México, las primeras leyes están vigentes desde el año 2000

## CONCLUSIONES

- A pesar que países latinoamericanos como Uruguay, Argentina, Chile, Costa Rica y México han logrado buenos índices de penetración de e-commerce, los países del Triángulo Norte aún no consolidan este sector.
- El comercio electrónico es importante como herramienta de marketing pero aún no se explota su potencial como plataforma de exportación y creación de cadenas de valor regionales.
- Sector servicios es el que mejor aprovecha el e-commerce en modalidad B2B.
- A pesar de marco legal débil y poca penetración de internet y banda ancha, sector productivo le apuesta al e-commerce en el Triángulo Norte, sobretodo pequeña empresa.

## CONCLUSIONES

- Para un mayor desarrollo del sector: Motivar a la creación de cámaras empresariales para representar el sector ante instancias gubernamentales y cooperantes, haciendo visible el segmento de comercio electrónico:
  - ✓ Número de empresas.
  - ✓ Tamaño del mercado.
  - ✓ Empleo que genera.
  - ✓ Potencial de crecimiento.

# GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Carlos José Mendoza  
Centroamérica Research

[cmendoza@centroamericaresearch.com](mailto:cmendoza@centroamericaresearch.com)

