



La **HERRAMIENTA** del Comercio Electrónico en el *ámbito internacional*

Raúl Mejía Estañol

Licenciado en Administración FCA-UNAM y Maestro por la Universidad de las Américas
Jefe de la División de Estudios Profesionales y Catedrático de la FCA-UNAM

Para aprovechar mejor las oportunidades comerciales que brinda la integración mundial, se cuenta ahora con el comercio electrónico. El sector servicios representa un campo de desarrollo muy amplio para los países tanto en la generación de empleos como en el crecimiento de sus empresas en diferentes sectores industriales. Además permite competir comercialmente con otros países llamados del primer mundo. El comercio electrónico se ubica teóricamente en el campo de la mercadotecnia directa, la que se define como: un sistema de mercadotecnia interactivo que utiliza uno o más medios de publicidad para producir una respuesta y/o una transacción cuantificable en cualquier lugar del mundo. Por respuesta cuantificable se debe entender la obtención de la orden de compra del cliente. Esta mercadotecnia directa se ve por los hombres de negocios como una función que permite construir relaciones comerciales de largo plazo.

En los últimos años, las ventas que se han producido a través de la mercadotecnia directa, han crecido rápidamente a través de la utilización de catálogos electrónicos, correo directo y telemarketing, cuya accesibilidad se da utilizando las herramientas del B2b y del B2c de cobertura mundial. Como ejemplo, para Estados Unidos de Norteamérica, en 1997, las ventas de distribuidores crecieron al año el 3%, las ventas por catálogo y de venta directa por correo (direct-mail sales) crecieron el 7%. Estas ventas se integran de la siguiente manera: 53% ventas dirigidas al mercado de consumo; 27% ventas a través de Negocio-a-negocio (Business-to-business) y 20% al incremento de fondos para instituciones de caridad.¹

Esto significa que cada vez más los consumidores finales están prefiriendo hacer sus compras desde su hogar a través de un computador, y los negocios encuentran una alternativa adecuada a su búsqueda de proveedores alrededor del mundo.

El extraordinario crecimiento de la mercadotecnia directa es el resultado de muchos factores, algunos de ellos son:

1. La desmasificación de los mercados ha producido un incremento en el número de mercados de nicho con

preferencias distintivas. Para el caso de México es posible mencionar como ejemplo a la tienda departamental de artículos de oficina Office Depot, o a escala internacional, como las empresas de software. Tal es el caso de Symantec (comercializador de Norton), quienes ofrecen y vendan sus mercancías de acuerdo a las necesidades de sus mercados de nicho individuales o de compañía.

2. Altos costos de transporte de mercancías y de almacenamientos. El realizar una distribución masiva, ya sea a escala mundial o nacional, requiere de varios almacenes, inclusive de varias fábricas. Esto incrementa los costos no sólo de almacenaje y manufactura, sino de manejo de materiales. La venta directa facilita la administración de almacenes y de fábricas. Puede mencionarse como ejemplo el caso de venta de flores de México al mundo. En este aspecto se sacrifica el tiempo de entrega, ya que la mercadotecnia directa ocupa mucho más tiempo en la entrega comparativamente contra el tiempo que el comprador destina si lo adquiere por sí mismo.
3. Los consumidores se encuentran satisfechos al poder colocar sus órdenes de compra las 24 horas del día, durante los 7 días de la semana con un compromiso de servicio al cliente. En este sentido se requiere hacer compras con mucha anticipación al requerimiento del consumo.
4. La creciente facilidad del poder de las computadoras y las bases de datos de los consumidores ha permitido a los comerciantes identificar las oportunidades únicas de venta para los mejores prospectos de los productos que ellos quieren vender. El uso de la computadora ya no es exclusivo de las empresas grandes, también las pequeñas y medianas pueden hacer uso eficiente de este avance tecnológico.
5. Los hacedores de negocios han volteado hacia la mercadotecnia directa y al telemarketing en respuesta a los altos e incrementales costos para alcanzar los mercados de negocios a través de la fuerza de ventas. Ahora en lo que tienen que trabajar es en mejorar los tiempos de entrega.

¹ Philip Kotler. *Marketing Management*. The millenium edition. Prentice Hall. Tenth edition. Pág. 650.

La comunicación electrónica está mostrando un crecimiento explosivo. En 1997 la población de usuarios de internet en el ámbito mundial alcanzó los 100 millones, de los cuales el 67% se registró en EUA. El tráfico por internet se está duplicando cada 100 días, existen más de 1.5 millones de sitios en Web. McKinsey & Company estima que las ventas en e-commerce (comercio electrónico) podrían representar \$327 billones de dólares para el año del 2002.² La creación de "vías de super velocidad de información" está revolucionando el comercio. El *Negocio Electrónico* (*Electronic business*) es el término general para compradores y vendedores para los cuales el uso de la electrónica significa investigar, comunicarse y potencialmente efectuar transacciones de uno a otro. El mercado electrónico es patrocinado por los sitios Web ya que:

1. Describe los productos y servicios ofrecidos por los vendedores.
2. Permite a los compradores buscar información para identificar sus necesidades y deseos, y para identificar claramente con quien colocar sus órdenes de compra utilizando su tarjeta de crédito. El producto es entregado a los consumidores ya sea físicamente en sus casas u oficinas o electrónicamente, en el caso de software que puede ser bajado directamente a la computadora.

Según Forrester Research, México, por la firma del Tratado de Libre Comercio con EUA y Canadá, para el año del 2004 alcanzará un volumen total de comercio electrónico de 107 billones de dólares americanos, superando las ventas de toda Latinoamérica, que serán de 81.8 billones. Las empresas mexicanas que sobresalen en el uso del B2B, son CEMEX, ALFA, Latinexus.³

Beneficios de la mercadotecnia directa

La mercadotecnia directa beneficia a los consumidores de muchas maneras:

1. La compra desde el hogar es divertida, conveniente y libre de dificultades.
2. Les ahorra tiempo y los introduce a una larga selección de bienes.
3. Pueden hacer comparaciones para comprar, o tan sólo mirar a través de catálogos enviados por correo y servicios para comprar en línea (on-line).
4. Pueden ordenar bienes para ellos mismos o para otros.
5. Los consumidores de negocios pueden beneficiarse al identificar productos y servicios disponibles sin dedicar tiempo en juntas con vendedores.

Los vendedores (hacedores de mercadotecnia directa) también se benefician a través de:

1. Los mercadotécnicos directos pueden comprar listas de nombres de posibles compradores para realizar envíos directos de promoción por correo, alcanzando diferentes grupos distintos de personas.
2. Los mercadotécnicos directos pueden construir relaciones continuas con cada uno de sus clientes.

La mercadotecnia directa puede ser sincronizada para alcanzar prospectos en el momento correcto, y el material mercadotécnico puede ser recibido por lectores exigentes porque es enviado a prospectos interesados. También es posible optimizar los costos de mensajes publicitarios. Es posible construir estrategias de mercadeo poco visibles para los competidores. Es posible medir la respuesta de las campañas y decidir cuál ha sido la más rentable.

A continuación se muestra un comparativo entre la mercadotecnia masiva y la mercadotecnia B2B o one-to-one. Lo más importante es que la mercadotecnia uno-a-uno identifica claramente a sus clientes, y eso les permite satisfacer sus necesidades particulares. El único problema hasta ahora en la mercadotecnia directa, son los periodos de entrega de las mercancías. En ciudades en las que el consumidor o comprador puede desplazarse a comprar un bien, invierte menos tiempo en obtener la posesión del mismo, comparado con el tiempo que tendría que esperar si lo adquiere por computadora. Por lo tanto, para negocios internacionales el B2B es una respuesta excelente porque además de todos los beneficios que se indican, el tiempo de entrega no es tan crítico.

Diferencias entre la mercadotecnia masiva contra la mercadotecnia uno-a-uno⁴

Mercadotecnia masiva (Mass Marketing)	Mercadotecnia uno-a-uno (One-to-one Marketing)
1. Consumidor promedio.	1. Consumidor individual.
2. Consumidor anónimo.	2. Consumidor conocido.
3. Producto estándar.	3. Oferta de mercado orientada al consumidor.
4. Producción en masa.	4. Producción orientada al consumidor.
5. Distribución masiva.	5. Distribución individualizada.
6. Publicidad masiva.	6. Mensajes individualizados.
7. Promoción masiva.	7. Incentivos individualizados.
8. Mensajes en un solo sentido.	8. Mensajes en dos sentidos.
9. Economías de escala.	9. Economías de enfoque.
10. Participación de mercado.	10. Participación de consumidor.
11. Todos los consumidores.	11. Consumidores definidos.
12. Atracción del consumidor.	12. Retención del consumidor.

² Philip Kotler. *Marketing Management*. The millenium edition. Prentice Hall. Tenth edition. Pág. 650.

³ MB, *The magazine of NAFTA marketplace*, December 2000, Volume vii Number 7, página 28.

⁴ Philip Kotler. *Marketing Management*. The millenium edition. Prentice Hall. Tenth edition. Pág. 654.

Base de datos de consumidores y la mercadotecnia directa

Las compañías que conocen individualmente a sus consumidores pueden adaptar a las necesidades de sus clientes su producto, oferta, mensaje, métodos de embarque y métodos de pago, para maximizar las peticiones de su consumidor. En nuestros días las compañías están creando bases de datos de clientes.

Una base de datos del consumidor es una recolección organizada de datos que permite comprender a los consumidores o prospectos individualmente, y debe ser actualizada, accesible y manejable para los propósitos de la mercadotecnia como son dirigir la generación y la clasificación de la venta del producto o servicio, o mantener la relación con los clientes. La base de datos de mercadotecnia es el proceso de construir, mantener y usar bases de datos de consumidores y de otras bases de datos (de productos, de proveedores, de revendedores), con propósitos de producir contactos y negociaciones.

Las compañías utilizan sus bases de datos para:

1. Para identificar prospectos.
2. Para decidir que consumidores deberían recibir una oferta particular.
3. Para intensificar la lealtad del consumidor.

Las bases de datos de mercadotecnia requieren de una gran inversión. Se debe invertir en equipo de cómputo, software para base de datos, programas analíticos, enlaces de comunicación y personal habilidoso. Una buena administración de la base de datos deberá provocar más ventas por arriba del costo incurrido en la infraestructura.

Los canales más importantes utilizados en la mercadotecnia directa

La comercialización en forma directa puede utilizar una serie de diferentes canales para alcanzar a sus prospectos y consumidores, los cuales pueden incluir:

- Venta cara a cara.
- Correo directo.
- Catálogo de mercadeo.
- Telemarketing
- T. V. Y otros medios de respuesta directa.
- Kioscos para el mercadeo.
- Canales on-line, que incluye el internet y éste a su vez, el e-commerce. Así, con el comercio electrónico se desarrollan a través de los sitios web B2c y el B2b (Business to consumer y Business to business).

Ejemplo

Un ejemplo de cómo accesará el e-business se muestra a continuación:

1. Se tuvo acceso a Internet.
2. En el buscador de Yahoo.com.
3. Se pidió B2b export.
4. Se obtuvieron todas las opciones para hacer comercio internacional en todas las categorías comerciales, incluyendo negocios de asesoría.
(Se tomo como ejemplo al país de la India)

Los resultados se muestran a continuación:

1. Acceso a internet,
2. <http://www.yahoo.com>,
3. Se pide B2B export,
4. Resultados: se encuentran 9 elementos clave,

The screenshot shows a Yahoo! Mexico search interface. At the top, it says 'YAHOO! México' and 'Resultados provistos por Google'. Below this, a search bar contains the text 'Search Result Found 9 web pages for B2b/export'. A navigation bar with tabs for 'Categories', 'Web Sites', 'Web Pages', 'Related News', and 'Events' is visible. Under the 'Web Pages' tab, it says 'Web Page Matches (1 - 9 of 9)'. The search results list three items:

- AsianVendors, Inc.
<http://www.asianvendors.com/>
- ExportPlan, b2b export services.
... translations, international currency conversion, export/trade analysis, online export representation, ... all b2b trade services combined in one website! Available ...
<http://www.exportplan.com/>
- Yellow Pages OnLine - Australian Sources
... is Australia's home in this Global Sources community. Discover how you can attract new customers and increase your export sales using Australian Sources. ...

<http://www.businessstobusiness.yellowpages.com.au/B2B/export/export.html> [More results from www.businessstobusiness.yellowpages.com.au]

- **Labeling and Marking Your Goods for Export**
... products in **B2B** shipping. In this article, I would like to address how to label and mark product packages for **B2B export** shipping. ("Labeling" usually refers ...
<http://www.workz.com/content/1633.asp> [More results from www.workz.com]
- **SmartAge - Sell - Articles & How-To -**
... In this article, I would like to address how to label and mark product packages for **B2B export** shipping. ("Labeling" usually refers to putting address ...
http://www.smartage.com/knowledge_center/articles_howto/sell/workz/Labeling_Goods.html
- **business to business**
... perfectly tailored to your specific business needs **ExportPlan. b2b export** planning services Largest online international trading import **export** database Body ...
<http://www.useroo.f2s.com/111b2b.html>
- **CE-Marking, CE-Marking or CE Mark? World's most comprehensive ...**
... & administrated by Wellkang Consultant, a Stockholm-based international business-to-business (**B2B**) **export**/import consulting firm, Wellkang Consultant is proud ...
<http://www.ce-marking.org/>
- **Crete d'Or Entreprise - Contact**
... **B2B [Export]**, Quality Department, Natacha BENARD Ph : 0262 26 57 48 Email : communication@cretedor.com, Jean François PAYET Ph : 0262 26 59 14 Fax : 0262 26 59 ...
<http://www.cretedor.com/US/interlocuteurs.html>
- **www.yellowpages.co.id**
The Indonesian Yellow Pages 2000. Business Opp... Job Opportunity. Indonesian Hot... Partners. World Wide YP **B2B Export** Import ...
<http://www.yellowpages.co.id/> [More results from www.yellowpages.co.id/]

Other Search Engines

AltaVista - NBC Internet - Google - Britannica.com - Direct Hit - dot.com directory - NorthernLight - Ask Jeeves - More...
Yellow Pages - People Search - City Maps - Get Local - Today's Web Events & Chats - More Yahoos

Copyright © 2001; Yahoo! Inc. All Rights Reserved. Privacy Policy - Terms of Service - Help - Feedback

5. Se encuentra que existe un acceso por categoría de comercio,
6. Se solicitan las categorías, de las cuales se obtienen 31 por tipo de industria y país exportador e importador,



Search Result Found 31 categories and 5621 sites for **B2b export**

Business and Economy > Business to Business > Automotive
Importers and Exporters

Business and Economy > Business to Business > Automotive > Parts
Importers and Exporters

Regional > Countries > Japan > Business and Economy > Business to Business > Automotive
Importers and Exporters

Business > Countries > India > Business and Economy > Business to Business > Automotive > Parts
Importers and Exporters

Business and Economy > Business to Business > Construction > Material and Supplies

7. Se encuentra un acceso a organismos internacionales que apoyan al comercio exterior, encontrándose los siguientes:

Business and Economy > Business to Business > Trade
Export Development Corporation (EDC) - self-funding Crown corporation that helps Canadian exporters compete and succeed in foreign markets by providing insurance, financing, and guarantees. **International Export Connections** - export your products to the Arabian countries. Use our library to get insight into exporting.

Regional > Countries > Canada > Business and Economy > Business to Business > Mining and Mineral Exploration > Organizations
CAMESE - Canadian Association of Mining Equipment and Services for Export - trade association made up of Canadian member companies offering products and services to the mining industry.

Business and Economy > Business to Business > Trade > Directories
American Export Register

Business and Economy > Business to Business > Environment > Industry Information > Organizations
Environmental Export Council - established to promote the transfer of information, expertise, and environmental goods and services to encourage sustainable environmental development worldwide.

Regional > Countries > Australia > Business and Economy > Business to Business > Financial Services > Insurance > Commercial
Export Finance and Insurance Corporation (EFIC)

Regional > U.S. States > Massachusetts > Cities > Needham > Business and Shopping > Business to Business > Computers
SoftExport, Inc. - software republishing company specializing in world-wide marketing and sales of Windows software for help authors, Visual Basic, Visual C/C++, and Delphi developers.

Business and Economy > Business to Business > Agriculture > Dairy Industry > Organizations
United States Dairy Export Council (USDEC) - membership organization that represents the interest of U.S. milk producers, cooperative dairy companies, dairy processors, export marketing and trading companies, and suppliers to the dairy industry.

Regional > U.S. States > Washington, D.C. > Business and Shopping > Business to Business > Environment
Environmental Export Council - established to promote the transfer of information, expertise, and environmental goods and services to encourage sustainable environmental development worldwide.

8. Resumen de categorías generales donde se muestran los nuevos sitios de acceso en el menú:

Categories

- **Aerospace** (4)
- **Agriculture** (50) **NEW**
- **Amusements and Attractions** (4)
- **Apparel** (121) **NEW**
- **Architecture** (28)
- **Auctions** (11)
- **Automotive** (59) **NEW**
- **Biomedicine** (6)
- **Books** (2)
- **Business Opportunities** (7)
- **Chemicals and Allied Products** (197)
- **Cleaning** (15)
- **Communications and Networking** (262) **NEW**
- **Computers** (183)
- **Conglomerates and Diversified Operations** (98)
- **Construction** (245) **NEW**
- **Consulting** (40)
- **Consumer Electronics** (1)
- **Conventions and Trade Shows** (16) **NEW**
- **Corporate Services** (88)
- **Design** (20)
- **Document and Media Preparation** (10)
- **Education** (6)
- **Electronic Commerce** (7)
- **Electronics** (102)
- **Emergency Services** (3)
- **Energy** (39)
- **Engineering** (63) **NEW**
- **Entertainment and Media Production** (56)
- **Environment** (26) **NEW**
- **Event Planning and Production** (9)
- **Financial Services** (76)
- **Flowers** (11)
- **Food and Beverage** (117) **NEW**
- **Franchises** (1)
- **Funerals** (3) **NEW**
- **Furniture** (16)
- **Gifts and Occasions** (3) **NEW**
- **Health Care** (181)
- **Home and Garden** (40)
- **Hospitality Industry** (27)
- **Imaging** (5)
- **Industrial Supplies** (513) **NEW**
- **Information** (6)
- **Internet and World Wide Web@**
- **Investigative Services** (5)
- **Jewelry** (16)
- **Law** (10)
- **Manufacturing** (106) **NEW**
- **Marketing and Advertising** (72) **NEW**
- **Mining and Mineral Exploration** (12)
- **Music** (4)
- **News and Media** (34)
- **Office Supplies and Equipment** (28)
- **Outdoors** (4)
- **Packaging** (49)
- **Personal Care** (15)
- **Printing** (34)
- **Publishing** (3)
- **Quality** (3)
- **Real Estate** (54)
- **Retail Management** (1)
- **Scientific** (32)
- **Security** (11) **NEW**
- **Shipping** (62) **NEW**
- **Signage** (2)
- **Sports** (10)
- **Storage** (7)
- **Telecommunications@**
- **Textiles** (154) **NEW**
- **Toys** (2)
- **Trade** (70)
- **Training and Development** (9)
- **Transportation** (40)
- **Travel** (13)
- **Utilities** (4)
- **Wholesalers** (4)
- **Writing and Editing** (3)

9. Se tomó como ejemplo comercio, encontrándose:

Trade

Categories

- **Consulting** (1)
- **Directories** (6)
- **Free Trade Zone Services** (5)
- **Organizations** (3)

10. He aquí el resultado sobre la India:

- **A.V. Enterprises** - manufacturers, traders, and exporters of general merchandise including toys, stationery, and stainless steel.
- **Al-Falah Exports Pvt. Ltd.** - a global trading house engaged in the export of various commodities all over the world.
- **Amar Group of Companies** - producer and export of marine products, seafood products, wire ropes, and paper products.
- **Anuradha Enterprises** - a division of Trudunder International. Offers dealings in textiles, home furnishings, and handicrafts.

- **Artage India Pvt. Ltd.** - manufacturers and exporters of carpets, woolen rugs, wooden furniture, metal handicrafts, coir floor coverings, hemp, seagrass products, madeups and other products.
- **Asa Bhanu** - serves as a bridge between India and Japan by bringing together technologies, knowledge, and talent of both countries.
- **Bahety Group** - manufacturers of fishing tools, laminates, sporting goods, and leather products.
- **Bairaj Group** - exporter dealing in textile, glassware, gems, wood works and more.
- **Banaras Global Limited** - buying house engaged in international trading, retailing and exports of apparel, home furnishing, giftware, and sports goods.
- **BBL Group** - manufacturers and exporter of gold and silver jewelry, pan masala, basmati rice, marble and granite, garments, financial services, candles, mehndi (heena), and metal fitting for jewelry items.
- **Champion Exports** - exporter of pharmaceutical, readymade garments, bed sheets, leather goods, food products, and pens.
- **Chamy and Co.** - trading and manufacturing house dealing in various products and services including exports of granites, machinery, and agroproducts.
- **Clothing Agency The** - enabling importers to source quality garments and textiles from India.
- **Daga Air Agents** - handles export and import by air and sea.
- **Dolphin Trading Post** - export house for chemicals, food, handicrafts, leather, pharmaceuticals and surgical equipment, stainless steel utilityware and various industrial requirements.
- **Durgesh Consultants** - import and export consultants.
- **Export Credit Guarantee Corporation Of India**
- **Gautam Export Corporation**
- **Geeth Exports** - exporters of spices, agro-based products, temple articles, garden furniture, garments, kitchenware, utensils, and cotton yarn.
- **Glisters Internationals** - exporters of commodities and products offering marketing and sales services.
- **Global Exims** - manufacturer and exporter of cotton, canvas and jute products.
- **Gokul Exim** - exporters and importers of dyes and intermediates, carpets, agricultural spices, and perfume bottles.
- **Gujarat State Exports Corporation (GSEC)** - acts as a nodal agency for the government. Offers a range of products including engineering goods, textiles, handicrafts, agro products, ceramics, and more.
- **Hygienic Nature Care (India) Ltd.** - importers, exporters and representatives.
- **Indian Shoppe** - exports handicrafts, gifts, star lampshades, marble, stained glass, recycled products, wrought iron and more.
- **International Export Corporation** - manufacturers and traders of tea, coffee, spices, leather, and other goods.
- **Jaguar Overseas Ltd.** - exporter of steel pipes, tubes, OCTG, rice, soya, agro products, engineering and construction material, and pharmaceuticals.
- **K. Manibhai & Co.** - producer and exporter of tea, tobacco, shellac, spices, jute goods, coffee, and rice.
- **K.J. International** - exporter for all kinds of materials.
- **Kores** - divisions include arts, chemical, engineering, export, office products, security, and textile.
- **Kshipra Exim Private Limited** - products include ultramarine blue, incense sticks, spices, herbal products, stones, soybean, and more.
- **Lakshmi Export** - government recognized export house for spices, oil seeds, potatoes, onions, basmati and non-basmati rice, and textiles.
- **Lakshmi Trading Company** - export spices, mainly coriander seeds.
- **Lowson** - exports products ranging from bicycles to motor vehicles, engineering products to household items, sanitaryware to agricultural commodities and much more.
- **M.A. Exports@**
- **Madhu International** - makes hairband and hairclips for children as well as leather items.
- **Maharaja Exports** - exporters of general merchandise.
- **Metro Exporters** - exporters of bicycles, pharmaceuticals, poultry feed additives, diesel engines, textiles, plastics, and more.
- **Millionaire Exports Pvt. Ltd.** - exporting various commodities such as agro-based products, polypropylene yarn, cotton yarns, textile yarns, and writing instruments.
- **MMTC Limited** - international trading company. Products include minerals, metals, fertilizers, gold, gems, and jewellery.
- **Moonsoon Group** - engaged in software development, training, consulting, and spice exports.
- **Noba Marine Service Pvt. Ltd.**
- **Punihani International** - exporters and manufacturers of leather garments, textile garments, and home furnishings.
- **Ragika Sources Private Limited** - buying agent including buying, merchandising and sourcing products such as garments, leather goods, travel accessories and cookware from India.
- **Saharia Group** - activities include tea growing, plywood production, corporate finance, trading, and more.
- **Sap Exim Exports & Import House** - for engineering goods, agro products, handicrafts, and automotive machinery.
- **SMC Global** - exporters of energy meters, cables, jewellery boxes, adhesives, laminates, bakelites, stainless steel circles and utensils, and more.
- **Spices Board India** - authority on import and export of Indian spices.
- **SPS Intrad** - import and export consulting and services.
- **SSJ Group** - manufactures and exporters of trading goods including clothes, consumer products, pens, spices, and more.
- **Sumangalam Exports Pvt. Ltd.** - exporter of engineering products, small scale plants for soap making, selective chemicals and pharmaceuticals.
- **Tata International Limited** - offers a range of products and services.
- **Tender InfoNet** - provides information on opportunities and suppliers in India, tender and purchase enquiry services, and assistance with distributor search and appointment.
- **Thahryamal Balchand** - export house that manufactures garments, handicrafts, metal and wooden furniture, furnishings, artware and more.
- **Vikas Group** - has diverse interests in the hospitality industry, rice exports, and construction.

Copyright © 2000 Yahoo! Inc. All Rights Reserved. - [Company Information](#) - [Suggest a Site](#)

Como se puede apreciar a lo largo de este tema, la herramienta del B2B tiene un alto potencial de desarrollo para el comercio exterior. Tomando en cuenta lo que hace por los negocios y la posición que tiene México ahora como líder en la firma de Tratados de libre comercio en el mundo, los empresarios deberán tomar ventaja de esta herramienta y aprovechar las oportunidades que ya están presentes para potencializar sus negocios y generar mayor riqueza y mayor dinamismo para la economía.

Los países del resto del mundo se están moviendo rápidamente para tomar los mayores beneficios. Aunque sólo se tomó el ejemplo de la India, es fácil apreciar que está muy bien organizado el sitio para poder acceder rápidamente a cualquier proveedor de cualquier tipo de producto o de servicio.

El negocio a través de la electrónica será el futuro cercano que le espera a todas las empresas que deseen tener éxito. ♦