

El Comercio electrónico está creciendo en Burkina Faso

Por Ramata Soré

En Burkina Faso, donde el comercio electrónico aún está dando sus primeros pasos, hay, no obstante, algunos entusiastas seguidores que ya están vendiendo de todo, desde frutas desecadas hasta máscaras tradicionales, a clientes de todo el mundo. Internet ha abierto los mercados globales para una gran cantidad de empresas y de comerciantes de Burkina Faso, en la tierra de "les hommes intègres" (la gente honesta) como se conoce a las personas de este país

Los que comenzaron

"Fuimos una de las primeras organizaciones, en 1998 y 1999, en usar Internet para encontrar clientes y lograr vender nuestros productos en Europa," dice Charles Yvon Tougouma, coordinador del [Cercle des Sécheurs](#) (CDS), (Círculo de Secadores), distribuidores de frutas y vegetales desecados, tales como mangos, tomates y cebollas. "El comercio electrónico o e-commerce provee un medio para comprar y vender productos de Burkina Faso tales como sésamo, manteca de Karité, goma arábiga y algodón, etc. sin necesidad de abandonar nuestra casa o nuestro negocio, y todo esto gracias a la existencia de Internet." Ciertamente esto ha abierto nuevos mercados para una enorme cantidad de empresas y de comerciantes en Burkina Faso.

"Al vender mis máscaras y estatuillas de bronce por Internet, yo estoy al mismo nivel que otros vendedores en el resto del mundo. Mis clientes me contactan por correo electrónico. Ya no necesito viajar por todo el mundo, con mis mascararas y mis estatuas bajo el brazo. Eso significa un ahorro enorme en el costo de pasajes aéreos y llamadas telefónicas," señala Alphonse Ouédraogo, quien posee una [art gallery](#) (galería de arte) en Ouagadougou que lleva su nombre. El está en contacto con compradores en Francia, en Italia, en Suiza, en los Estados Unidos y en Dinamarca.

Ouédraogo se enteró de la existencia del comercio electrónico en 2001, gracias a [Trade Point Burkina](#). Desde entonces, se ha convertido en su manera favorita de hacer negocios. Según lo que explica su Director, Benjamín Baguian, Trade Point Burkina es un centro de información comercial que ofrece información a los comerciantes acerca de nichos de mercado, clientes y proveedores potenciales, oferta y demanda de productos, oportunidades de negocios y los informa con respecto a las reglas y condiciones para llevar a cabo las transacciones comerciales.

La comercialización de productos a través de Internet permite que la gente que se dedica a los negocios electrónicos pueda llegar a un número infinitamente mayor de clientes. Internet multiplica el número de compradores potenciales y posibilita que muchos clientes más accedan al mercado virtual. Al ofrecer los productos en mercados mucho más ricos, gracias al amplio alcance de la Red, los vendedores tienen todas las posibilidades de negociar el mejor precio posible para sus productos.

Esta posibilidad impulsó a Boubacar Kouraogo, un comerciante de hule que necesitaba comprar caños de PVC, a ponerse en contacto con Trade Point Burkina. "Yo estaba buscando las direcciones de proveedores extranjeros y otros contactos para importar las tuberías que necesitaba. Yo me había enterado de que Internet era un medio efectivo para esto ya que brindaba acceso a todo el mundo."

Todos los sectores de la actividad creativa y de la producción están abiertos al comercio electrónico, desde los artesanos, quienes venden sus creaciones y productos, hasta las grandes empresas. Pero, mientras algunos comerciantes han descubierto que el comercio electrónico es una bendición para ellos, otros aún miran Internet con recelo y son muy escépticos con respecto a usar la Red para efectuar sus transacciones comerciales. Estas son las principales críticas que se escuchan: Nuestros clientes tienen una muestra acabada del producto, ya que les es posible verlo, sentirlo, probarlo o tocarlo antes de comprar, cosa que no es posible si la compra se realiza on-line. Cuando se trata de la comercialización de frutas desecadas, la respuesta del coordinador de CDS es simple: "Siempre es posible enviar muestras de los productos a los compradores."

"Ya no necesito viajar por todo el mundo, con mis mascararas y mis estatuas bajo el brazo."

- Alphonse Ouédraogo

Los beneficios del comercio electrónico

Siendo autodidactas en lo que se refiere al comercio electrónico, los miembros de CDS usan motores de búsqueda tales como Google o Yahoo para encontrar a sus potenciales clientes. Desde 1999 este método les ha permitido atraer incontables clientes de Europa y América. Su mercado está en constante crecimiento. “Nuestras exportaciones han crecido un 30%. En este momento, estamos llevando a cabo negociaciones con el mercado norteamericano y si logramos concluir las con éxito, nuestro nivel de exportaciones crecerá en un 100%. Cuando comenzamos a operar a través de Internet, subimos de 200 a 300 millones de francos CFA. En el año 2005, esperamos alcanzar la cifra de 600 francos CFA,” puntualiza Charles Yvon Tougouma de CDS.

El dueño de una galería de arte, Alphonse Ouédraogo, le atribuye al comercio electrónico una buena parte de su éxito. “Mis utilidades están creciendo. En el año 2000, antes de comenzar a usar Internet, yo tenía una renta de 13.852.655 francos CFA; en 2001 fue de 49.912.153, y en 2004, mis ventas fueron de 30.330.137 francos CFA. Este año, espero mejorar. Tengo seis empleados permanentes y 10 con jornada reducida. Con los beneficios que obtuve por mis ventas pude construir y agrandar mi galería de arte. Mi inversión en el negocio asciende hasta la fecha a alrededor de 49 millones de francos CFA. También he comprado un vehículo para hacer las entregas.”

Además de sus beneficios financieros, la velocidad que ofrece el uso de Internet para la actividad comercial permite también ahorrar tiempo para dedicarlo a los negocios y reducir los costos operativos. “Comparemos la velocidad y el costo de enviar documentos por correo electrónico o por fax. Gracias a Internet, podemos enviar una gran cantidad de información, nuestro destinatario la recibe muy rápidamente y puede respondernos de manera inmediata. También cuesta menos. El ahorro de tiempo significa también un beneficio económico,” Tal es la opinión de Baguian de Trade Point Burkina.

Fortalecer el sector agrícola

Internet es una herramienta de transparencia. Permite a CDS y a sus miembros en las diferentes provincias de Burkina, establecer una rápida comunicación entre sí e intercambiar documentos referidos a pedidos específicos. De hecho, muchos proveedores se encuentran en zonas que no tienen un buen servicio de Correos y de otra manera no recibirían mucha información valiosa en el momento adecuado. Por lo tanto, el uso de Internet para las comunicaciones internas fortalece las redes de pequeños productores agrícolas y brinda la oportunidad para que los pequeños granjeros encuentren un mercado global para sus productos.

El costo del comercio electrónico

A la vez que no quedan dudas de las ventajas que brinda el uso de Internet para las actividades comerciales, crear presencia en la pantalla global es una gran inversión para los pequeños empresarios de un país como Burkina Faso.

Crear una tienda virtual, publicitar productos y venderlos en Internet supone costos enormes. Trade Point Burkina ofrece la creación de sitios web y servicios de hosting para sus clientes a un costo de 250.000 francos CFA. Los sitios Web que incluyen una base de datos cuestan 1.500.000 francos CFA. Según lo que refiere el director de Trade Point: “El servicio que ofrecemos brinda la oportunidad de ser conocido y de estar conectado con 144 centros comerciales en todo el mundo.” Además del costo de diseñar el sitio Web, hay que tener en cuenta el costo del equipamiento. La compra de una computadora y de sus accesorios, como por ejemplo un MODEM y una impresora, agrega alrededor de 1.500.000 francos CFA. Tampoco debemos olvidar el costo que supone la capacitación de la persona encargada de operar el sistema, el precio de la conexión a Internet y otros costos adicionales.

Una deficiente infraestructura financiera y de comunicaciones

El desarrollo lento del comercio electrónico en Burkina obstaculiza el uso eficiente de esta herramienta, aún para aquellos que han decidido aprovechar las ventajas que ella brinda. En términos de transacciones financieras, no es posible pagarle a un comerciante de Burkina con una tarjeta de crédito. “Aún continuamos recibiendo pagos en forma de giros bancarios,” dice el director de CDS.

Un comerciante de Burkina

Faso no acepta el pago con tarjeta de crédito.

“Seguimos recibiendo pagos en forma de giros

bancarios,” dice Benjamin

Baguian del Cercle des

sécheurs.

Los servicios de pagos on line no existen en Burkina. Lo que también nos está faltando es calidad en el servicio, protección de la información personal y transparencia de las prácticas comerciales. En Europa y en los Estados Unidos de América, el uso de las tarjetas de crédito como medio elegido de pago aventajando a los pagos hechos por Internet está comenzando a declinar. Existen métodos de pago cada vez más seguros, tales como las transferencias electrónicas, los pagos por medio del teléfono celular y los micro pagos, efectuados por medio de un monedero electrónico, que están siendo desarrollados en este momento. Burkina Faso no puede darse el lujo de ser dejado de lado en la aldea global del comercio

En la tarea de poner al comercio electrónico al alcance de todos, el Servicio Nacional de Telecomunicaciones tiene un rol extremadamente importante que cumplir. Puede hacer que el acceso a Internet por banda ancha esté más al alcance de las posibilidades financieras del público en general. Para ello deberá reducir los precios de suscripción. El costo de la conexión debería ser reducido a la mitad y de esta manera se produciría un incremento inmediato del número de usuarios de Internet. Cuanto mayor sea la frecuencia con que las personas se conectan a Internet, más posibilidades habrá de que estas se conviertan en compradores on-line. Cuanto mayor sea el número de personas conectadas a Internet, más rápido será el desarrollo del comercio electrónico en Burkina Faso. En este momento, las conexiones a Internet son a menudo de mala calidad, es decir, lentas o casi inexistentes. Esta situación tiene un impacto negativo sobre las actividades económicas que dependen de una presencia casi constante de Internet

Razones para ser optimistas

A pesar del escaso número de empresas que operan con comercio electrónico en Burkina Faso, aquellos que sí hacen uso de Internet para sus negocios siguen siendo optimistas con respecto a su utilidad. "Internet es una guía para los negocios. El cliente no es el único que nos mira, el mundo entero nos está mirando. Aquellos que no quieran estar involucrados en esto, pronto serán dejados de lado," insiste Alphonse Ouédraogo.

(Julio de 2005)

Para mayor información, por favor contactar al coordinador de iConnect en Burkina Faso Sylvestre Ouédraogo, <mailto:sylvestre.ouedraogo@univ-ouaga.bf>

www.iConnect-online.org es una plataforma para el intercambio de conocimientos referidos al rol que desempeñan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el desarrollo sustentable. iConnect obtiene contenido de sus socios, se ocupa de establecer contactos con recursos y con expertos y promueve la colaboración. Para el Instituto Internacional para la Comunicación y el Desarrollo (IICD), el servidor informático de iConnect, esta es una manera de compartir experiencias, lecciones aprendidas e ideas y brinda una posibilidad de interactuar con comunidades y personas interesadas en el desarrollo y la aplicación de las TIC. Estas experiencias pueden llevar a una mejor comprensión de los reales beneficios de las TIC para el Desarrollo (ICT4D). El núcleo de iConnect estará constituido por una serie de artículos escritos en cada localidad, referidos al impacto y al uso de las TIC para el desarrollo. Los artículos estarán fuertemente centrados en la descripción de hechos puntuales; información objetiva referida a prácticas reales de las TIC para el desarrollo desde una perspectiva del Sur: Contenido referido al hemisferio sur y escrito por gente del hemisferio sur. I4d (Información para el desarrollo) es el socio asiático de iConnect y ECA es el socio africano de iConnect y ambos se ocupan de distribuir los artículos entre su público.
