

# Qué es una Plaza de Mercado Electrónica

## What's E-Marketplace

### (Introducción y Sugerencias)

22~23<sup>rd</sup> May, 2017

Kwang Wook, Kim(KOICA)



# Introducción (Yo mismo)

## Introduction(myself)

- KOICA (Agencia de Cooperación Internacional de Corea)
  - 2015. 2~ 2017. 7
  - Asesor para Invest Pacific, Cali
- Misión; Economías
  - IED (Inversión Extranjera Directa) de Corea, etc



# Detalles de la Presentación

## Details of Presentations

1. Que es el Comercio Electrónico (Mercado Electrónico)

What's E-Commerce(E-Marketplace)

2. Tipos de Comercio Electrónico

Types of E-Commerce

3. Beneficios del Mercados electrónico

Benefits from E-Marketplace

4. Dificultades para los Mercados electrónicos

Some difficulties for E-Marketplace

5. Factores de éxito en Mercados electrónicos

Success factors in E-Marketplace

6. Casos de compañías exitosas

Some cases of success companies

7. Sugerencias a IPES

Suggestions to IPES

(Adjuntos)

(Attachments)



# 1. Qué es el Comercio Electrónico

## What is E-Commerce

### (Definiciones, Definitions)(1)

- Compra y Venta de bienes y servicios, o la transmisión de fondos o datos, a través de una red electrónica, principalmente **Internet (Mercado Virtual)**

Buying and Selling of goods and services, or the transmitting of funds or data, over an electronic network, primarily the internet(Virtual Market Place)

- **Partes;** B2B (empresa-empresa), B2C (empresa-consumidor), C2C (consumidor-consumidor), C2B (consumidor-a-empresa)

Parties; B2B(business-to-business), B2C(business-to-consumer), C2C(consumer-to-consumer) or C2B(consumer-to-business)



# 1. Qué es el Comercio Electrónico

## What is E-Commerce

(Definiciones, Definitions)(2)

- **Tecnologías necesarias;** Comercio Móvil, Transferencia Electrónica de Fondos, Gestión de la Cadena de Suministro, Marketing en Internet, Procesamiento de Transacciones en Línea, EDI (Intercambio Electrónico de Datos), Sistemas de Gestión de Inventarios, Sistema Logístico y Sistemas Automatizados de Recolección de Datos ,,,  
Necessary technologies; Mobile Commerce, Electronic Fund Transfer, Supply Chain Management, Internet Marketing, Online Transaction Processing, EDI(Electronic Data Interchange), Inventory Management Systems, Logistics System and Automated Data Collection Systems,,,



# 1. Qué es el Comercio Electrónico

(Tamaño del Mercado del comercio electrónico global y pronóstico(1))  
(Size of global ecommerce Market and forecast)

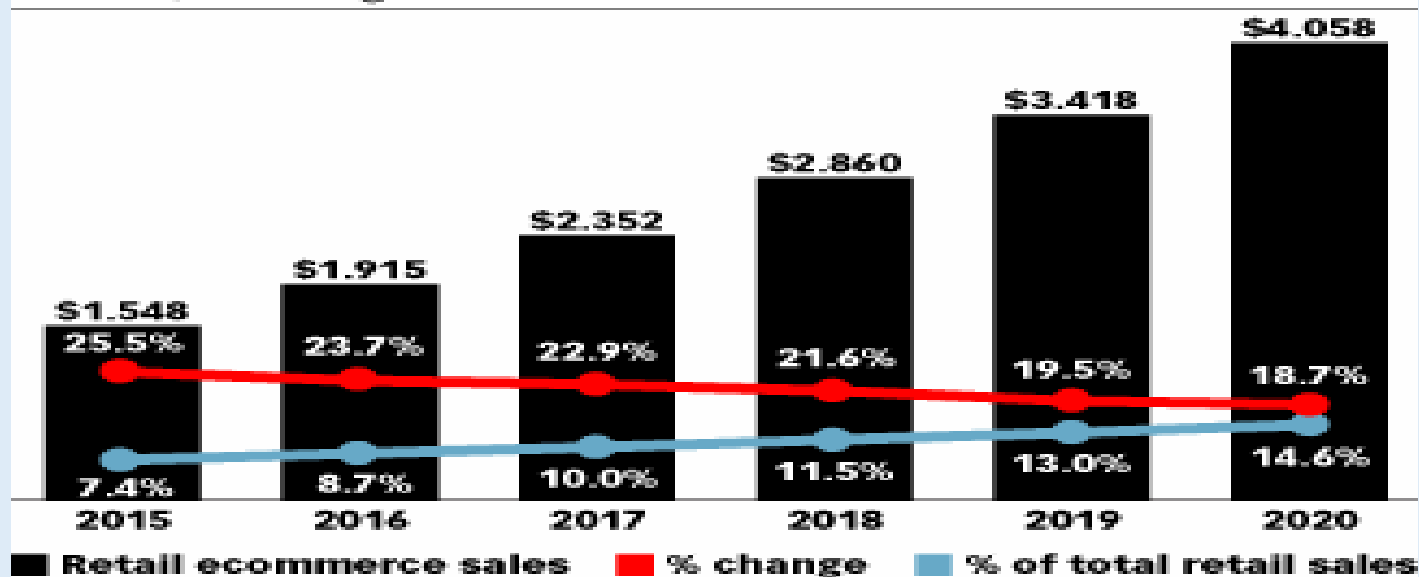
- Las ventas minoristas de comercio electrónico serían de U\$1.9Tri. (2016) que es el 8,7% de la reventa total en todo el mundo,  
Retail E-commerce sales would be \$1.9Tri.(2016) which is 8.7% of total resale worldwide,
- Mantendrá un crecimiento de dos dígitos hasta 2020 llegando a U\$ 4.1Tri. y 14,6% a la reventa total principalmente por Asia Pacífico y América del Norte  
Will maintain two digit growth until 2020 arriving U\$4.1Tri. and 14.6% to total resale mostly driven by Asia Pacific and North America

# 1. Qué es el Comercio Electrónico

(Tamaño del Mercado del comercio electrónico global y pronóstico(2)  
(Size of global ecommerce Market and forecast)

## Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2015-2020

trillions, % change and % of total retail sales



Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets

Source: eMarketer, Aug 2016

213201

www.eMarketer.com

# 1. Qué es el Comercio Electrónico

## (Algunas características)(1)

### (Some Characteristics)

- Competencias serias y muy difíciles de predecir  
(En medio de una baja tasa de crecimiento global y depresiones)  
Serious competitions and very difficult to predict  
(in the midst of low rate global growth and depressions)
- Muy difícil de sobrevivir (alrededor de 2 ~ 4% en el período del año 2000)  
→ Fusiones y adquisiciones y asociaciones  
Very difficult to survive (about 2~4% at the period of year 2000's)  
→ M&A and Partnerships
- Tiempo de comercialización ("Rapido")  
Time to market ("Rapido")



# 1. Qué es el Comercio Electrónico

## (Algunas características)(2)

### (Some Characteristics)

- Estandarización de Procesos (Ventas y Compras Mutuas)  
Standardization of Processes (Mutual Sales and Purchases)
- Muchos costos / tiempos necesarios para construir procesos y sistemas  
Lot of costs/times necessary to build processes and systems
- Interminables búsquedas de Nuevos valores (para Socios, Clientes, por Big Data ,,,)  
Endless pursuits of New values (for Partners, Customers, by Big Data,,)



## 2. Tipos de Comercio Electrónico

### Types of E-Commerce

(Compras en línea/ Mercado Electrónico) **Internet Shopping/E-Marketplace**

- No más diferencias entre las compras por Internet y el mercado electrónico

No more differences between internet shopping and e-marketplace

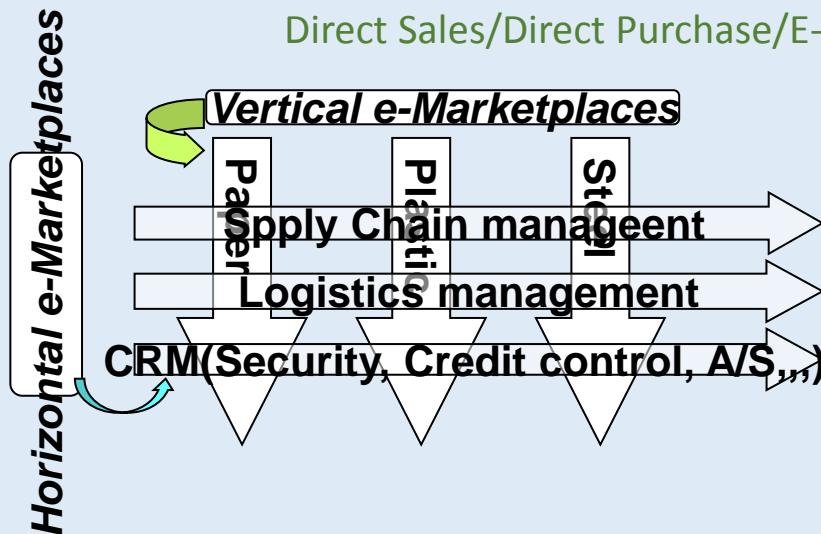
- Mercado electrónico vertical y horizontal **Vertical and Horizontal e-Marketplace**

Mercado electrónico abierto (NtN) y cerrado (gran grupo de empresas)

Open (NtN) and Closed Marketplace (large group of companies)

Ventas directas / Compra directas / Sitios de mercado electrónico

Direct Sales/Direct Purchase/E-marketplace sites



# 3. Beneficios del Mercado Electrónico(1)

## Benefits from E-Marketplace

- **Reducción de Costos** (Marketing, Adquisición cuesta alrededor de 2 ~ 40%, Alimentos 3 ~ 5%, Químicos10%, Comunicación5 ~ 15%, Informática11 ~ 20%, Transporte15 ~ 20%, Electro partes29 ~39%; Goldman Sachs)

Cost Reductions(Marketing, Procument cost about 2~40%; Food3~5%, Chemicals10%,Communication5~15%,Computer11~20%, Transportation15~20%,Elec parts29~39%;Goldman Sachs)

- **Más de oportunidades de negocio** (comprador/ vendedor potencial seguro, Local al Mercado Global)

More of Business opportunities(Secure potential Purchaser/Seller, Local to Global Market)

# 3. Beneficios del Mercado Electrónico(2)

## Benefits from E-Marketplace

- **Beneficios mutuos para los Participantes** (a través de procesos eficientes, mejora de Cadenas de Valor, reducción de plazos, menos inventario, mejora de la producción, ahorro de costos de desarrollo, mejores productos, información en tiempo real)  
Mutual benefits to Participants (through efficient process, improve of Value Chains, reduce of leadtime, less Inventory, improve of Production, Save of development costs, Better products, Real time informations,,)
- **Mejorar la Transparencia** (a través de la estandarización de procesos y la Electrónica)  
Improve of Transperancy(through standardization of process and Electronics,,)
- **Efectos de sinergia a través de redes** (nuevos negocios ,,,) con credibilidad  
Synergy effects through networking(new business,,, ) with Credibility



# 4. Algunas dificultades para el Mercado Electrónico<sup>(1)</sup>

## Some difficulties for E-Marketplace

- **Todavía prefiere la compra fuera de línea que en línea**

Still prefer off-line purchase than on-line

- 72% de búsqueda para identificar producto y comparación de precios

72% search for identify product and price comparison

- Conductas habituales tradicionales (ver y comprar)      Traditional habitual behaviors  
(seeing and buying)

- Sistema de pago seguro      Secured system of payment

- Nivel de TI y liderazgo desde arriba      Level of IT and Leadership from the Top

- **Para la estandarización**

For Standardization

- Falta de infraestructura y mano de obra cualificada, Lack of Infrastructure and qualified manpower,

- Catálogos / Logística / Financiación para el pago / Desarrollo de modelos

comerciales ,, Catalogues/Logistics/Financing for payment/Develop of trade Models,,

- sociedad de responsabilidad limitada ,      limited Partnership ,

→ → → → → → →



# 4. Algunas dificultades para el Mercado Electrónico<sup>(2)</sup>

## Some difficulties for E-Marketplace

→ → → → → → →

- Importancia de una Visión / Misión / Hitos, Claros y dedicados  
Importance of clear and dedicated Vision/Mission/Milestones
- Desarrollo continuo de nuevos negocios  
Continuous Development of New Businesses
- Seguridad de los recursos (poblaciones esenciales, financiamiento, tecnología de TI, asociación, subcontratación)  
Secure of Resources(Core peoples, Funding, IT technology, Partnership, Outsourcing,,)
- Fomentar la cultura de negocios electrónicos y temas de Logística (Transporte ,,)  
Cultivating E-Biz Culture and issues of Logistics(Transportation,,)
- Estructuras de Gestión, etc  
Management Structures, etc,,,,,



# 5. Factores de Éxito en Mercados Electrónicos<sup>(1)</sup>

## Success factors in E-Marketplace

- **Producto** (Diversificado, Diferenciado, mucha Información, Precios Competitivos ,,,,)      **Product**(Diversified, Differentiated, Lot of Informations, Competitive Prices,,,,)
- **Estándarización** (Proceso, Sistema Integrado) e Informática y Sistema (Investigación Fácil, Actualización Regular, Diseño Web, Fácil de Pagar, Confirmación Rápida, Alta velocidad y Sistema Asegurado, Seguridad ,,)      **Standardization**(Process, Integrated System) and **IT & System**(Easy Survey, Regular Update, Web-design, Easy to Pay, Prompt Confirmation, High speed and secured System, Security,,)
- **Gestión de la Cadena de Suministro** (SCM, Orden y Entrega, Inventario, Transporte, Centro de Distribución, Retorno y A / S ,,)      **Supply Chain Management**(SCM; Order and Delivery, Inventory, Transportation, Distribution Center, Return and A/S,,)



# 5. Factores de Éxito en Mercados Electrónicos(2)

## Success factors in E-Marketplace

- Gestión de la relación con el cliente (CRM; Seguridad, Buena Reputación / Reconocimiento, Preferencia Individual por Big Data ,,,,) 

Customer Relation Management(CRM; Security, Good Reputation/ Recognition, Individual Preference by Big Data,,,)
- Rápida toma de decisiones (Listo para llegar al mercado) 

Fast Dicision making (Ready to Time to Market)
- Listo para el Marketing Global 

Ready to Global Marketing
- Asociación creíble (a veces con socios fuera de línea) 

Credible Partnership(sometimes with OFF-line Partners)





# 6. Casos de empresas exitosas

(Caso1; Grainger, EE.UU(1))

## Some cases of success companies

- No.1 MRO Company en los Estados Unidos (est.1927)

No.1 MRO Company in United States(est.1927)

- Inicio de negocio con ventas de Motor y Reparaciones

Start of Biz from selling Motor and Repairs

- 3 mil Cuentas, 4.800 Proveedores, 1.5mil de artículos de manipulación  
25,758 Empleados, U \$ 10Bil Rotación con OP13,1% (a partir de 2105)

3 mil Accounts, 4,800 Suppliers, 1.5mil of Handling Items  
25,758 Employees, U\$10Bil Turnover with OP13.1% (as of 2105)

- **Visión; Ser un líder global en el suministro de Soluciones de "Ahorro de Tiempo y Ahorro de Costos"** a Clientes, al mantenimiento de clientes y en la reparación de Instalaciones

Vision; To be a global leader for providing Solutions of **"Time Saving and Cost Saving"** to Customers, on Customers maintenance and repairing of Facilities



## 6. Casos de empresas exitosas

(Caso1; Grainger, EE.UU(2))

### Some cases of success companies

#### (Estrategia y Fuerza)

Strategy and Strength

- **Soluciones personalizadas** (de pequeñas a grandes empresas)

Customized Solutions(from small to Large Company)

- **Área de enfoque de la estrategia diferenciada** (EE.UU., Europa, Corea, Japón ,,)

Area focusing Differentiated Strategy (US, Europe, Korea, Japan,,)

- **Equipo fuerte de ventas, manejo de inventario, desarrollo de artículos de PB, Redes de Distribución (95% de dos días Deli), M&A, Transacciones móviles (15% del comercio electrónico total), etc.**

Strong Sales team, Inventory Management, Develop of PB items,

Distribution Networks(95% of two days Deli), M&A,

Mobile transactions(15% of total e-commerce) etc



# 6. Casos de empresas exitosas

(Caso2; Askul, Japan(1))

## Some cases of success companies

- Compañía japonesa que vende suministros de oficina a compañía mediana (est. 1993)  
Japanese Company selling office supplies to Medium sized company(est. 1993)
- 1mil Cuentas, 1.000 Proveedores, 1.308 Empleados, U\$2.4Bil Rotación con 2.5% OP  
(A partir de 2015) 1mil Accounts, 1,000 Suppliers, 1,308 Employee, U\$2.4Bil Turnover with 2.5% OP(as of 2015)
- Modelo de negocio; **"Servicio de soporte total de Office"**  
Biz Model; **"Total Office Support Service"**
  - Mercado de nichos concentrados (por debajo de 30 empleados),  
Concentrate **Niche Market(below 30 Employee)**
  - Suministro de material de oficina y servicios (incluso 1 bolígrafo)  
Provide of office supply and Service(even 1 Ballpointed pen)
  - Reducir el canal minorista actual (de 5 a 3, Maker / Askul / Usuario)  
**Reduce current retail Channel**(from 5 to 3; Maker/Askul/User)
  - Socios (1.400); Nuevo cliente, A / R ,, (reducir funciones innecesarias y duplicadas compartiendo la información) Partners(1,400); New Customer, A/R,,,, (reduce unnecessary, duplicated functions through sharing informations)

## 6. Casos de empresas exitosas

(Caso2; Askul, Japan(2))

### Some cases of success companies

- Estructura de gestion; IT System, **CRC (reclamación del cliente)**, nuevo desarrollo A / C , Ventas, **Logística**, Adm. Management Structure.; IT System, **CRC(Customer Claim)**, **New A/C development**, Sales, **Logistics**, Adm.  
(Fuerza) Strength
- **Logística** (1 ~ 2 días entrega, 7 centros de distribución,) **Logistics(1~2 day Deli, 7 distribution Centers, )**
- **CRM** (Información Integrada al Cliente, Desarrollo de nuevos ítems por datos Big) **CRM(Customer Integrated Information, New item development by Big data,,)**
- **Expandir áreas de negocio a través de la asociación** (Yahoo, Nestlé ,, Farmacia / Licor / Cosméticos / Lunch Box,,,) **Expand Biz areas through Partnership**(Yahoo, Nestle,, Pharmacy/ Liquor/ Cosmetics/ Lunch Box,,,)

# 7. Sugerencias para las empresas Colombianas(1)

## Suggestions to Colombian Enterprises

- **Visión / misión y objetivos compartidos claros y dedicados**  
(liderazgo fuerte) **Shared Clear and Dedicated Vision/Mission and Milestones**(Strong Leadership)
- Regular **Análisis DOFA y Enfoque Estratégico**  
Regular **SWOT Analysis** and Strategic Approach
- **Sustentabilidad** (selección e inicio de un modelo fácil cercano, **MRO / Tenders for City** and Instituciones relacionadas, MRO, Mantenimiento / Reparación / Materiales operativos)  
**Sustainability**(select and start of easy Model near by; **MRO/Tenders** for City and related institutions; MRO;Maintenance/Repair/Operational materials)
- **Estandarizaciones, Catálogos** ,,,, (Sistema y Producto)  
**Standardizations, Catalogues**,,,, (System and Product)
- Tratar de encontrar **Socios, M & A** ,,,, Try to find **Partners, M&A**,,,,  
Por Función; TI, Logística, Banca (Tarjeta ,,) By Function; IT, Logistics, Banking(Card,,)  
Por industria; Vestimentas, Cosméticos, Alimentos, electrónica ,,,  
By Industry; Costumes, Cosmetics, Foods, Electronics,,,  
Busqueda de KSP (Programa de Intercambio de Conocimientos); KOICA, Embajada ,,  
Persuit of KSP(Knowledge Sharing Program) ; KOICA, Embassy,,



# 7. Sugerencias para las empresas Colombianas(2)

## Suggestions to Colombian enterprises

- **Operaciones PPP** (Proponer el Proyecto de E-Trading de Prueba por Industria al N-Gobierno ,,,)  
**PPP Operations**(Suggest Trial E-Trading Project by Industry to N-Government,,,) )
- **(Para actuales pequeños comerciantes);** Tratar de desarrollar zonas específicas para el Comercio junto con el Turismo, Desarrollar Tiendas de Cadena Unificadas como el lustrador de Calle ,,,)  
(For Present Small sized Merchants); Try to develop specified zones for Multi- Trade with Turism, Develop Unified-chain Stores such as shoeshine at the street ,,,)

-fin-



**Muchas Gracias~~**

**Thanks so much**

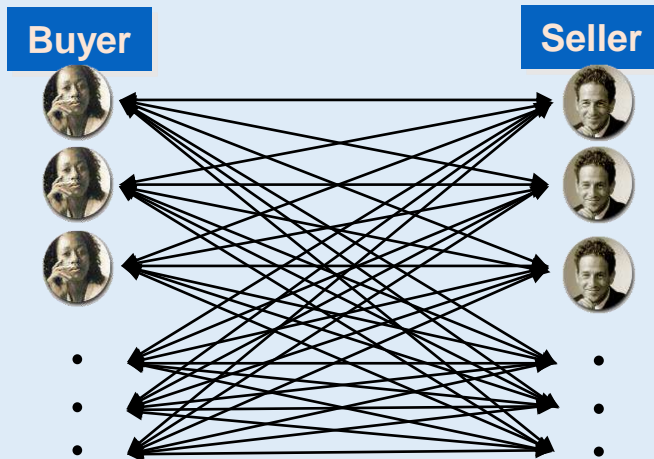
**감사 합니다**



# (Adjuntos) Definiciones

## Traditional Commerce

- Contacto Individual (Individual Contacts)
- Diferentes Tecnologías (Different Technologies) (EDI, XML, ebXML, ...)
- Necesidad de contacto regular continuo (Need continuous regular contacts)
- Necesidad de tener capacidad individual (Necessary to have individual Capacity)



Buyer

Seller



-Posibilidad de contactar a todos a través del Mercado. (Possible to contact all partners through Marketplace)

-Proveer soluciones necesarias (Seguridad, Búsqueda, Catálogos ,,,) en el sitio, en cualquier momento / en cualquier lugar. (Provide necessary solutions (Security, Search, Catalogues,,,) on Site, anytime/anyplace)

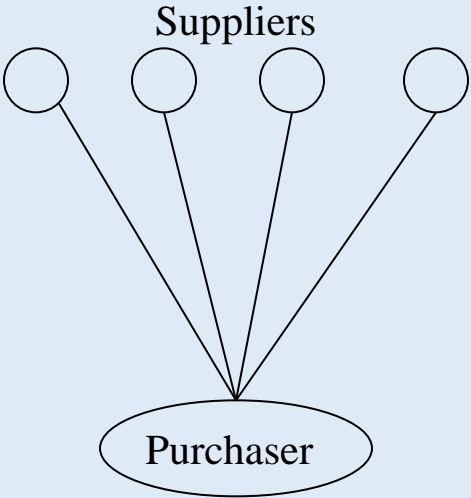
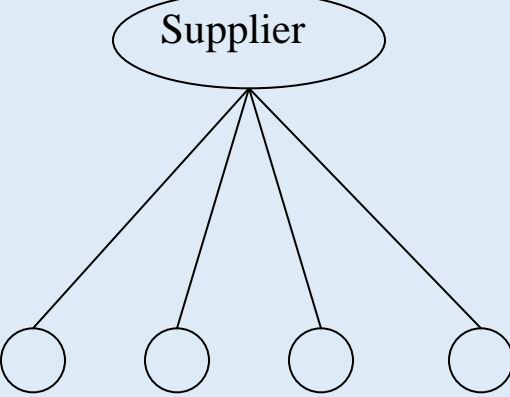
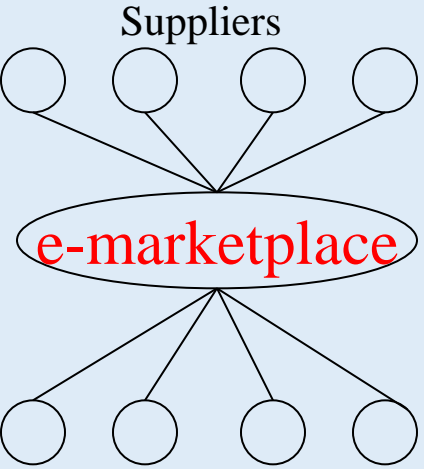

-Posibilidad de acceder al mercado en tiempo real. (Possible to market in real time)





# (Adjuntos) Modelo de E-Commerce

## Model of E-Commerce

<b>Direct Purchase Site</b> Compra en Sitio Directo	<b>Direct Sales Site</b> Venta Directa en el Sitio	<b>E-Marketplace</b> Mercado Electrónico
 <p>Suppliers</p> <p>Purchaser</p>	 <p>Supplier</p> <p>Purchasers</p>	 <p>Suppliers</p> <p>e-marketplace</p> <p>Purchasers</p>
<p>Purchasing through web-site for Large company(Group of company)</p>	<p>Sales of own Products to the Customers</p>	<p>Multi Suppliers and Purchasers On the mutual web-site (e-marketplace) </p>

# (Adjuntos) Tamaño del Mercado de comercio electrónico global y pronóstico

## Value of E-Commerce by Region (USD Billions) source: eMarketer

Region	2013	2014	2015	2016	2017
North America	431	483	538	580	660
Asia Pacific	384	525	681	856	1,053
Western Europe	312	347	383	414	445
Latin America	38	48	65	71	75
Central & Eastern Europe	50	58	64	69	73
Middles Eastern & Africa	48	58	65	71	75

## Projected Growth in E-Commerce (by Percent)

Region	2013	2014	2015	2016	2017	2018
North America	34.9	32.9	31.7	31.1	30.7	30.6
Asia Pacific	28.3	31.2	33.4	35.1	36.4	37.4
Western Europe	26.4	25.4	24.6	23.9	23.3	22.7
Latin America	4.2	4.3	4.2	4.1	3.9	3.7
Central & Eastern Europe	4.1	4	3.8	3.5	3.3	3.2
Middle East & Africa	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5



(Adjuntos) Algunos sitios de referencia  
Some Reference-sites

(Grainger;MRO) [grainger.com](http://grainger.com)

(Askul) [askul.co.jp](http://askul.co.jp)

(G-Market) [gmarket.co.kr](http://gmarket.co.kr)

(E-Mart) [ssg.com](http://ssg.com)

(Government) [g2b.go.kr](http://g2b.go.kr) ,,,,,,