



Nombre del alumno: **Andrea Pulido Arguello**

Nombre del profesor: **Dr. Gerardo Garduño
Ortega**

Nombre del trabajo: **Ensayo “El comercio
electrónico”**

Materia: **Mercadotecnia Internacional.**

Comitán de Domínguez, Chiapas a 23 de septiembre de 2021

El Comercio Electrónico

El comercio electrónico es la compra y venta de productos o servicios a través de medios electrónicos. Sus orígenes datan entre 1970 y 1979 cuando surge el intercambio de datos conocido como E.D.I Electronic Data Interchange. Es una forma de transacción comercial en que las partes interactúan electrónicamente en lugar de intercambio o contacto físico directo. Es un medio de hacer posible y soportar los cambios que implica la globalización.

Para Davara, el comercio electrónico puede entenderse como la compra de productos o servicios por Internet, como la transferencia electrónica de datos entre operadores de un sector de un mercado, o el intercambio de cantidades o activos entre entidades financieras, o la consulta de información, con fines comerciales, a un determinado servicio, o un sin fin de actividades de similares características realizadas por medios electrónicos.

Uno de los personajes para muchos considerado como el pionero en este tipo de comercio es Jeff Bezzos quien en 1995, desde el garaje de su casa fundo la librería mas grande del mundo llamada Amazon. Pero ahora tanto en Amazon como sus competidores se ha esforzado por proveer las necesidades de distintos nichos. Si al caso vamos, con internet estás al alcance de todos, y si hablamos de ventas, todo se puede vender.

Entre algunas de las principales ventajas que ha producido el comercio electrónico están la disponibilidad en todo momento, los 365 días del año y las 24 horas, la reducción de los inventarios, los cuales, para la parte empresarial generan costos, facilita la creación de servicios, generando valor añadido entre empresas, promueve igualdad en el trato con los clientes, independientemente de sus características propias, tales como su nivel económico, su

nacionalidad, su país, etc., permite tener acceso a ofertas con una gama más amplia de productos, condiciones y de precio.

Cuando hablamos de comercio electrónico no sólo nos referimos a la compra, venta y suministro de bienes y servicios, como los conocemos normalmente, también a otros bienes y servicios, cuya naturaleza puede ser intangible; pero no por ello dejan de tener valor comercial o de estar vigentes en el mercado de la oferta y la demanda; como ejemplo de lo anterior podemos citar los siguientes:

- Publicidad.
- Búsqueda de información sobre productos y proveedores.
- Negociación entre comprador y vendedor sobre precios, condiciones de entrega.
- Atención al cliente antes y después de la venta.
- Cumplimiento de trámites administrativos relacionados con la actividad comercial.
- Colaboración entre empresas con negocios comunes.

También conocido como e-commerce se refiere a las transacciones financieras y de información realizadas de manera electrónica entre una organización y cualquier tercero con el que tenga tratos. Existen diferentes tipos:

- Business to consumer, la realización de todas o parte de las actividades que llevan al intercambio de productos entre la empresa y el cliente. Desde una promoción a través de una página web, hasta el cierre de una transacción o pago por medio de una tarjeta de crédito o débito.

- Bussines to bussines, es el tipo de negocio en el una empresa intercambia bienes o servicios contra otra empresa, es decir una como proveedor de la otra, brinda la oportunidad de reducir los costos y aumentar los ingresos. Por medio de internet la empresa puede consultar a sus proveedores la disponibilidad de la existencia de los pedidos.
- Costumer to costumer, es de cliente a cliente o consumidor a consumidor, es la relacion de intercambio directa entre un individuo o varios y otro individuo o varios a traves de internet, su uso es mayormente apropiado cuando un negocio tiene como objetivo facilitar la comercialización de producto o servicios entre particulares como por ejemplo mercado libre.
- Customer to business, de cliente o consumidor a empresa o negocio. Intercambio mediante el soporte tecnológico de internet de información sobre el consumo a cargo de alguna compensación, son los consumidores quienes proveen información de marketing a las empresas que necesitan de ella para su gestión comercial.
- Bussiness to goverment, empresas que proveen información relevante sobre situaciones que suceden, o empresas que son contratadas para ciertas prestaciones de servicios.

- Government to citizen, des atraves del cual el gobierno ofrece transacciones nacionales como servicios del gobierno local e información del gobierno nacional e información de impuesto. Por ejemplo al realizar pagos de multas o impuestos e incluso tramites de las embajadas.

De acuerdo con el Dr. Julio Téllez, el comercio electrónico ofrece diversas ventajas, entre las que se encuentran:

- Permitir hacer más eficaces las actividades de cada empresa, así como establecer nuevas formas de cooperación entre empresas.
- Reducir las barreras de acceso a los mercados actuales, en especial para pequeñas empresas, además, abre oportunidades de explotar mercados nuevos.
- Para que el consumidor amplíe su capacidad para acceder a prácticamente cualquier producto y, también, para comparar ofertas, a la vez que le facilita convertirse en proveedor de información.
- Reducir o, prácticamente, eliminar los intermediarios.

En la actualidad el comercio electrónico ha incrementado de forma muy rápido. Como muchos lo llaman, el futuro se nos adelantó. Los que no compraban en línea por temor a fraudes o por una cuestión generacional lo comenzaron a hacer durante el confinamiento; los que no vendían por internet, por desconocimiento, desinterés o comodidad, hoy lo tienen como un canal imprescindible. La pandemia cambió el comercio electrónico de México para siempre.

La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), que representa a proveedores de servicios para el comercio electrónico, agencias de consultoría y marketing digital y tiendas minoristas en línea (grandes y pequeñas, nativas o tradicionales con canal digital), tiene claro que la pandemia aumentó la relevancia de las ventas digitales en la estrategia de negocio y calcula que “2 de cada 10 (marcas y comercios) han experimentado crecimientos mayores al 300%”. En 2021, pronostica, para 2 de cada 10 compañías el comercio electrónico representará 30% de sus ventas totales.

Gracias al comercio electrónico se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa. Para esto existe un excelente soporte, atención de quejas y procesamiento de devoluciones es un punto fundamental para el comercio electrónico, esta característica es el inicio de la diferenciación en cualquier empresa que lo implemente. Este sistema cambia totalmente la dinámica de las relaciones cliente-empresa en cuanto al marketing, es la estructura misma de la empresa que cambia. La reducción del costo de la información y las comunicaciones y la mayor facilidad del acceso a los mercados y la competencia darán lugar probablemente a una mayor diversidad, una mejor calidad y/o precios más bajos de los diversos bienes y servicios objeto del comercio electrónico.

En conclusión el uso del comercio electrónico además de ser una gran oportunidad para todos los empresarios, es ahora una necesidad, que si bien se carece de ella, no se podría competir al ritmo de las empresas líderes. Sin lugar a dudas, los innumerables avances tecnológicos de los últimos años han propiciado que las empresas estén inmersas en las sociedades de la comunicación y de la información.

Fuentes

Gerardo, G. (2021). Mercadotecnia internacional. UDS

Carlos, H. (2017). Comercio electrónico. Aportaciones para la gestión empresarial.

Eloy, S. (2005). La nueva era del Comercio: El Comercio Electrónico. Las TIC al servicio de la Gestión Empresarial. España: Ideaspropias

Davara & Davara, Asesores Jurídicos (2012). Factbook Comercio Electrónico. España: Aranzadil.

Libro blanco del comercio electrónico. Aecem. Fecemd.

<https://www.eleconomista.com.mx/>

<https://www.forbes.com.mx/>

<https://biblio.juridicas.unam.mx/>