



Mtro. Erick Ulises Cruz Domínguez

Dr. Gerardo Garduño Ortega

Ensayo: Comercio Electrónico

PASIÓN POR EDUCAR

MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

4° "A"

Tapachula Chiapas septiembre 2021.

El comercio electrónico conocido por diversos autores, sitios y portales web como E-commerce en este año y meses se dio un auge en el mismo tanto para las micro, pequeñas y grandes empresas en el sector de la República Mexicana, por los sucesos mundiales que atravesamos por el conocido COVID-19, por lo que en este ensayo se toma como pautas ideas de autores como (Carazo Alcalde, 2016) en su publicación en la página de economipedia, (Higuerey, 2019) en su blog Rockcontent, (Ríos Ruíz, 2015) en su artículo titulado análisis y perspectivas del comercio electrónico en México; entre otros autores que se toma como contextualización del tema pero aquí se habla del comercio electrónico y marketing digital, las cuales por pequeña experiencia en un negocio de Clínica Veterinaria MARVIC, se implementó este proceso y se visualiza un crecimiento del 50% en clientes y productos y servicios vendidos, por lo que surgieron en su momento estas interrogantes ¿Necesito una página web para vender por internet o anunciar mis productos?, ¿Realizo mi página Web o contrato a alguien?, ¿Por dónde empezar esta travesía?, ¿Debo de darme de alta en hacienda o se paga impuestos por este servicio? ¿Hay algún impuesto que hable de aspectos de ventas digitales?, por ello se realiza este ensayo comentando el proceso en que se está por expansión.

Bien que es el comercio electrónico “(conocido popularmente como ecommerce), es la compraventa y distribución de bienes y servicios a través de internet u otras redes informáticas” (Carazo Alcalde, 2016. Párr 1). Por ello se retoma incluir en la mediana empresa algo no conocido y que no se maneja con experiencia previa, pero se implementa para mejoría de la venta y prestación de servicios a los consumidores que buscan nuestra marca. Pero a un se tenía un vacío que ventajas que tiene el ofrecer los servicios bajo este régimen los beneficios para los consumidores Flexibilidad ya que ofrece la posibilidad de compra las 24 horas del día o en su caso contactar directamente con el proceder del servicio, Posibilidad de personalización de productos y acceso a una mayor oferta de los mismo y Mayor acceso a información de los productos; esto se visualiza precisamente en esta forma que se administra la clínica Veterinaria MARVIC lo cual también ha logrado a aumentar la satisfacción en calidad de los servicios y permite obtener un panorama real de los clientes los cuales fueron encuestados y hay una mejoría en la calidad, tiempo, y precios, dando nuevos clientes a la familia MARVIC. Para lograr este punto se dio respuesta a la primera incógnita ¿Necesito una página web para vender por internet o anunciar mis productos? Por lo que esto dependerá precisamente el alcance que se quiera con el negocio por el momento se de forma local por lo que se inicia Workplace from Facebook “herramienta de comunicación que conecta a todos los miembros de tu empresa, incluso si trabajan de manera remota” (workplace, s.f. Párr 1). Fue sorprendente el ver esta herramienta y en conjunto con el perfil de Facebook fue donde se ideó la siguiente incógnita ¿Realizo mi página Web o contrato a alguien? Desde la experiencia es bueno generar y realizar tu propio contenido por que se contrató un profesional en este punto pagando altas cuotas y no se alcanzó el impacto deseado, por lo que se procedió a pensar como consumidor y fue ahí que la gran idea de administrar de forma personal

colocando pequeñas infografías, estructurar fotografías, precios y servicios en la página, en la cual el consumidor visualizara se enterara del cumulo de servicios que se prestan y productos de calidad que se tiene, aquí se ahorra un aproximad de Tres mil pesos mexicanos, así que inicia tu administrando tu propia página es muy fácil. Esta travesía lleva al punto de ¿Por dónde empezar esta travesía? Si bien la influencia de la vitrina virtual “Las redes sociales tienen el poder de fortificar su marca, aumentar la visibilidad, alcanzar un mayor número de personas, expresar la visión y la posición de su negocio en el mercado” (Santos, 2021. Párr 4). Con lo anterior el Facebook, WhatsApp negocios, se visualiza un incremento de ventas y nuevos clientes, por ello el comercio electronico en estos tiempos que se busca seguir presbiendo entradas y brindados servicios y preferencias es una buena opcion. Pero no todo es color de rosa los clientes en su mayoría solicita facturas y fue que surge la pregunta ¿Debo de darne de alta en hacienda o se paga impuestos por este servicio? Y la respuesta es si esto porque se está generando ingresos y si quiere retener y brindar servicios de calidad para los clientes es necesario; “para iniciar el registro, es necesario definir el tipo de empresa que se establecerá, pues de esto dependerá el desarrollo del negocio, así como los procesos fiscales, contables y administrativos que se llevarán a cabo” (GS1, s.f. Párr 2). Como una última pregunta que se da al hablar de comercio electrónico en una mediana empresa es precisamente ¿Hay algún impuesto que hable de aspectos de ventas digitales? Claro que sí; los impuestos en comercio electrónico son exactamente los mismos que ya conocemos: IVA: es dinero que llega a tu cuenta, pero no es tuyo, simplemente lo trasladas al SAT. Y el ISR. es el impuesto que debes pagar por el hecho de tener tu empresa montada y recibir ingresos, precisamente sobre este impuesto es del que te hablaba párrafos arriba, existen regímenes fiscales como el RIF (Arreguín, 2020).

En conclusión, para incursionar en el econommere, lo primero que se debe de realizar es conocer el giro del negocio; si se trasladaría al cien en línea o mixto el servicios y productos brindados al consumidor, estar dado de alta en hacienda y expedir facturas las cuales generan seguridad y consumidores para la empresa, el comercio digital hace crecer tu negocio siempre que sepas como iniciar que proceso seguir, como algunos de los narrados en este discurso aportado. Si bien esto te conecta a otros sitios fuera de tu localidad y se puede tener expansión como la que se está presentando con la empresa mencionada.

Referencias

Ríos Ruíz, A. d. (08 de abril de 2015). ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO. *Perfilesde las Ciencias Sociales*(5). Recuperado el 22 de septiembre de 2021, de <https://revistas.ujat.mx/index.php/perfiles/article/view/993/848>

Arreguín, M. (25 de junio de 2020). *Aspectos legales e impuestos del Ecommerce en México*. Recuperado el 24 de septiembre de 2021, de Portal Web: <https://markethax.com/ley-impuestos-ecommerce-mexico/>

Carazo Alcalde, J. (15 de diciembre de 2016). *Comercio electrónico (ecommerce)*. Recuperado el 22 de septiembre de 2021, de Portal Web: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-electronico-ecommerce.html>

GS1. (s.f). *¿Cómo registrar mi empresa ante Hacienda?* Recuperado el 24 de septiembre de 2021, de Blog: <https://blog.gs1mexico.org/como-registrar-mi-empresa-ante-hacienda>

Higuerey, E. (01 de junio de 2019). *Comercio electrónico: conoce todo sobre este modelo de negocios y cuáles son sus ventajas*. Recuperado el 22 de septiembre de 2021, de Blog: <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>

Santos, T. (15 de febrero de 2021). *La importancia de las redes sociales en los negocios*. Recuperado el 22 de septiembre de 2021, de Portal Web: <https://www.broobe.com/es/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-los-negocios/>

workplace. (s.f). *Fortalece las conexiones dentro de tu empresa*. Recuperado el 22 de septiembre de 2021, de Portal Web: <https://es-la.workplace.com/>