**TP 4 - Comercio electrónico en Argentina**

**Usar la web, comentarios en clase y fundamentalmente la nota sobre el tema en el blog #Cyberia de Prince Consulting (Medium):** [**https://medium.com/prince-consulting/el-comercio-electr%C3%B3nico-en-argentina-2018-e2c8d32c8207**](https://medium.com/prince-consulting/el-comercio-electr%C3%B3nico-en-argentina-2018-e2c8d32c8207)

**1) Busque en la web, y defina y diferencie a su criterio y en pocos renglones y claramente e-business, e-marketing y e-commerce.**

* **e-business:** Gestionar los procesos y operativas de negocio, de modo parcial o total, sobre una infraestructura digital. E-business no se refiere a vender o comprar en internet, se refiere a una estrategia global orientada a redefinir los procesos de negocio ya existentes, con el soporte de la tecnología y con el objetivo básico de maximizar la rentabilidad y el valor hacia el consumidor. Esto permite crear una estrategia con perspectivas de futuro que ayude a mejorar las condiciones y la infraestructura de cada compañía, con el objetivo de ganar en rentabilidad.
* **e-marketing:** es un conjunto del e-business, en el que se utilizan medios electrónicos para llevar a cabo actividades de marketing, con el fin de lograr los objetivos de marketing establecidos por la organización. Marketing en Internet, Marketing online, Marketing interactivo, Marketing digital, son distintas formas de nombrar el concepto del e-Marketing.
* **e-commerce:** Comprar y vender a través de medios electrónicos. E-Marketing engloba un rango mayor de actividades más allá de las puramente transaccionales, por lo que desde este punto de vista se puede considerar que el e-Commerce forma parte del e-Marketing. Es un aspecto esencial para agilizar las ventas en Internet. El usuario debe sentirse cómodo y seguro en las transacciones y compras que realiza. Por eso, llevar una buena gestión del e-commerce permitirá aumentar las ventas y la confianza entre compañía-comprador.

**2) Busque en la web el tamaño (ventas anuales) del comercio electrónico B2C o minorista (en u$d) a 2018 (o 2017) en Argentina, Estados Unidos, Colombia, Chile y Brasil. También busque la cantidad de usuarios de internet en esos países. La población y el PBI Cite las fuentes y fechas del dato. Use el cuadro para poder visualizar y comparar**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| País/ Dato 2018 | Volumen del e- commerce b2c en U$D | Usuarios de internet en millones | PBI en millones de U$D | Población en millones |
| Argentina |  | 33.561.876 (2017) | 637.6 miles de millones (2017) | 44.270.000 (2017) |
| Chile |  | 14.864.456 (2017) | 277.1miles de millones (2017) | 18.050.000 (2017) |
| Brasil |  | 141.206.801 (2017) | 2.056 billones (2017) | 209.300.000 (2017) |
| Colombia |  | 30.548.252 (2017) | 309,2 miles de millones (2017) | 49.070.000 (2017) |
| Estados Unidos |  | 244.090.854 (2017) | 19.39 billones (2017) | 327.200.000 (2018) |

**3) Del blog de Prince, conteste cuál ha sido el crecimiento del e-commerce b2c (incluye el c2c) medido en dólares en los últimos 10 años.**El comercio electrónico ha tenido un incremento interanual promedio en los últimos 10 años del 46%.

**4) Del mismo blog, indique cuál es (en Argentina y aproximadamente) el porcentaje de compradores online a fin de 2018 respecto del total de usuarios de internet.**Es del 80%

**5) Enuncie 5 o 6 de los principales factores que han hecho crecer en el país, en los últimos 10 años al e-commerce.**

* El aumento de empresas vendedoras y revendedoras, y de los rubros, productos y servicios ofrecidos.
* Mejoras relativas en la calidad y eficiencia del servicio logístico y entregas.
* Un incremento de la proporción de compradores en relación al total de usuarios de internet.
* El crecimiento de los usuarios de internet y de la proporción de estos que compran en línea.
* La explosión de la conectividad y de la movilidad.
* La mayor frecuencia de compra y del monto de compra por parte de los compradores más antiguos fruto de la curva de aprendizaje.
* Un gran desarrollo de diversos medios de pago electrónico seguros y convenientes.
* Y hasta parte del 2017, una proliferación de promociones y planes de pago con tarjeta sin interés.

**6) Cuál ha sido, en dólares y en promedio el gasto anual por comprador online en Argentina de 2008 a 2018? Estima que en 2019 ese valor caerá o subirá, porque?**   
El gasto promedio por comprador desde 2008 a 2018 fue de U$D 290.

**7) Qué porcentaje aproximado de las ventas totales minoristas (on y offline) representa en el país la venta online? Y en Estados Unidos a cuánto asciende ese porcentaje según diversas fuentes?**

En Argentina las ventas online en el país representan un 1,7 % de la ventas minoristas totales. En Estados Unidos va desde un 9% hasta un 14%.

**8) Que piensa que pasará/está pasando con la venta online en Argentina en este año, dada la situación macroeconómica y la fuerte devaluación? Recuerde los factores que hicieron crecer a este mercado de 2008 a 2018.**  
En mi opinión no creo que el comercio online cresca cuando cierre el 2019. Por la fuerte devaluación y también porque el costo de vida es cada vez más alto. A su vez productos de la canasta básica y no tan básica pero comestibles suelen comprarse por canales tradicionales aún.

**9) Ha comprado algo online la última semana? Qué? En qué sitio?**  
Sí, un secador de pelo por MercadoLibre