
DIARIO DEL EXPORTADOR

PORTAL ESPECIALIZADO EN COMERCIO EXTERIOR Y GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONAL



Portada > Víctor Mondragón > Marketing & Gestión Comercial

Introducción al Comercio Electrónico

00

El comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés) o bien negocios por Internet o negocios online, consiste en la compra y venta de productos a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

La utilización del Comercio electrónico ha sido la principal vía para guiar los negocios y transacciones tanto a nivel nacional como internacional. Por lo tanto, las compañías han decidido invertir más en este tipo de tecnologías puesto que de esta manera han obtenido mayores beneficios y ganancias. Además de que los consumidores disfrutan de más beneficios, ya que ahora pueden adquirir bienes y servicios de manera rápida y cómoda.

En los negocios internacionales, la importancia del comercio electrónico radica en poder generar nuevas oportunidades de negocios, desde casa, es decir el empresario instala una tienda virtual, mostrando un catálogo de diversos productos, a lo cual el cliente o consumidor selecciona el producto de interés y procede al pago del mismo (que debe darse también por medio electrónico), y finalmente, dependiendo del producto, es entregado a casa del cliente. Todo ello, permite ampliar los mercados de las empresas exportadores.

Ventajas del comercio electrónico para las empresas

- Eliminación de los límites geográficos y de tiempo, ingreso al mundo del comercio globalizado.
- Una ventana de atención abierta las 24 horas del día, 7 días a la semana, todo el año.
- Reducción de los costos de puesta en marcha del negocio. El comercio electrónico, en comparación con el comercio tradicional, es más económico y puede implicar menores riesgos.
- Reducción de inventarios y posibilidad de ofrecer niveles mayores de personalización de productos.
- Nuevos medios para encontrar clientes.
- Menos inversión en los presupuestos publicitarios.
- Bajo costo del uso de Internet en comparación con otros medios de promoción, implica una mayor competitividad.
- Cercanía a los clientes, y mayor interactividad y personalización de la oferta.
- Oportunidad de desarrollo de ventas electrónicas.
- Acceso a mayor cantidad de proveedores, reducción de costo de insumos y servicios.
- Oportunidad de rastrear los intereses de los clientes mediante el monitoreo de actividad de los sitios web.
- Creación de mercados más eficientes.

Ventajas del comercio electrónico para los clientes

- Mayor acceso a información y ampliación del número de fuentes.
 - El consumidor puede elegir en un mercado global acorde con sus necesidades.
-

-
- Mayor cantidad de información pre-venta, desde los sitios de los proveedores además de las opiniones de otros usuarios en foros de discusión especializados.
 - Dependiendo del tipo de producto o servicio que se ofrezca, la posible prueba del producto antes de la compra.
 - Ahorro de tiempo.
 - Posibilidad de recibir servicio pre y post-venta on-line.
 - Reducción de la cadena de distribución, lo que le permite adquirir un producto a un mejor precio.
 - Mayor participación del cliente el proceso comercial, desde la preparación del producto hasta la entrega del mismo.
 - Mayor cantidad de opciones (productos y proveedores).
 - Mejor acceso a la información de precios, posibilidad de encontrar mejores precios, productos o condiciones de venta.
 - Para ciertos productos, entrega más rápida (inmediata en caso de productos o servicios de información).
 - Posibilidad de comprar 24/24, 365/365, desde cualquier lugar del mundo.
 - Rápido acceso a información detallada.
 - Posibilidad de personificación de productos según sus necesidades.
 - Nuevas modalidades (subastas).
 - Posibilidad de integrar comunidades de consumidores con intereses similares.

Desventajas del comercio electrónico

- Pérdida de la dimensión humana y el contacto social.
- Aumento de la brecha digital entre países, empresas y personas.
- Consumidores con mayor poder de negociación (mayor riqueza y conocimiento) pueden obtener mejores precios, subsidiados por el resto.
- Riesgos a la privacidad.

Clases de comercio electrónico

- **B2B:** de Empresa a Empresa, Business to Business.
 - **B2C:** de Empresa a Consumidor, Business to Consumer.
 - **B2G:** de Empresa a Gobierno, Business to Government.
 - **C2C:** de Consumidor a Consumidor.
 - **P2P:** de Par a Par, Peer-to-Peer (variante de C2C).
 - **C2B:** de Consumidor a Empresa, Consumer to Business.
 - **G2G:** de Gobierno a Gobierno, Government to Government.
 - **G2C:** de Gobierno a Consumidor, Government to Consumer.
-

-
- **B2E:** de Empresa a Empleado, Business to Employee.

© 2021 DIARIO DEL EXPORTADOR
All rights reserved.