

TP 4

Marketing en Internet y Nueva Economía

Ignacio Javier Fernández Soto

UTN FRBA

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:** es un negocio de cualquier naturaleza que utiliza nuevas tecnologías de cara a mejorar la gestión.
- **e-marketing:** es el uso del Internet y de las capacidades de medios digitales para auxiliar en la venta de tus productos y servicios.
- **e-commerce:** es un comercio que gestiona los cobros y pagos a través de medios electrónicos.

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

Es en 2018:

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	4,260 millones	34,8	518.475,13	44
Chile	5.888 millones	14,1	298.231,14	18
Brasil	19,722 millones	139,1	1.868.626,09	212
Colombia	4,000 millones	28,5	330.227,87	49
Estados Unidos	513,600 millones	274,5	20.494.100,00	328

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.

Los compradores son casi el 80% de los 37,2 millones de internautas locales

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.

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 en línea se mantiene alrededor de los 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?

Las ventas en línea en el país representan un 1,7 % de la ventas o consumo total minorista en el país (el consumo privado se estima en un 72,6% del PBI para el 2018). En los Estados Unidos la venta en línea representa un 9% a un 14 % de la venta total minorista.

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.

Debería disminuir, puesto que hay menos empresas vendedoras y revendedoras, así como menos promociones para realizar los pagos.

9. Ha comprado algo online la última semana? Qué? En qué sitio?

Sí, un groupon 2x1 para cine.