**TP: COMERCIO ELECTRONICO 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-electrónico-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:** 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.

Fuente: https://alfatecsistemas.es/e-marketing-e-commerce-y-e-business/

1. 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 2017** | **Volumen del e- commerce b2c en U$D** | **Usuarios de internet en millones** | **PBI en millones**  **de U$D** | **Población**  **en millones** |
| **Argentina** | 7.771 M | 36,7 | 637.000 M | 44 |
| **Chile** | 4.000 M | 14,82 | 277.000 M | 18 |
| **Brasil** | 17.400 M | 141,01 | 2,05 billones | 209 |
| **Colombia** | 2.143 M | 30,5 | 309.000 M | 49 |
| **Estados Unidos** | 409.208 M | 283,61 | 19,39 billones | 325 |

Fuentes:

PBI y población: Public data de google que utiliza datos históricos del Banco Mundial. La última actualización de sus datos es del 6/7/2018.

Volumen b2c y usuarios internet en argentina: [https://medium.com/prince-consulting/el-comercio-electr%C3%B3nico-en-argentina-2018-e2c8d32c8207](https://medium.com/prince-consulting/el-comercio-electrónico-en-argentina-2018-e2c8d32c8207)

Usuarios en internet [%]: <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?end=2018&name_desc=false&start=2015&view=map&year=2017>

B2c (información publicada en 2018): <http://www.ccs.cl/eventos/2018/doc/LEVER-ECD2018-CCS.pdf>

B2c Colombia: <https://www.crcom.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf>

1. 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.

Desde 2008 a 2018 el b2b mas el c2c juntos han crecido en dólares 9 veces.

1. 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.

En 2008 los compradores en línea eran solo el 20% de los 20 millones de usuarios de internet de entonces, es decir 4 millones. En 2018 los compradores pasaron a ser casi el 80% de los 37,2 millones de internautas locales.

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

El incremento histórico de la década de e-commerce se debió a una combinación de factores:

* 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.

1. 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 anual por comprador en 2018 subió hasta los $ 7.079 frente a los $ 5484 de 2017. Esto crecimiento leve es consecuencia también de que los nuevos o más recientes usuarios de la compra online son individuos más jóvenes y/o de menores recursos (nivel socioeconómico) que los primeros adoptantes tempranos e innovadores. Y a esto se suma que del lado de la oferta se agregan rubros, productos y servicios de menor rango de precio, ceteris paribus de la inflación. Algo similar ocurre con el ticket promedio, por los mismos motivos. Si lo comparamos en dólares, el gasto promedio por comprador en línea se mantiene alrededor de los U$D 290 desde 2008 a 2018.

Ya que el gasto promedio en dólares se ha mantenido constante desde 2008 hasta 2018, se puede estimar que para 2019 el valor seguiría siendo el mismo.

1. 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 % (tal vez algo en 2018) de la ventas o consumo total minorista en el país (falta ver las cifras finales oficiales pero el consumo privado se estima en un 72,6% del PBI para el 2018).

Tomando en cuenta que en los Estados Unidos la venta en línea representa un 9% a un 14 % de la venta total minorista, nos queda mucho por crecer en términos reales en el comercio electrónico.

1. 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.

Estimo que la venta online en este año ha disminuido debido a la fuerte crisis económica que estamos enfrentando. Ha aumentado el cierre de empresas en lugar de tener nuevas empresas que puedan ofrecer sus servicios o productos en línea. Debido al enfriamiento de la economía, muchos coinciden en que es mejor resguardarse en el dólar.

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

La compra en online más reciente que he hecho fue una tintura de cabello para mi madre en Farmacity. Ofrecían un descuento que solamente estaba disponible online, pero por problemas internos tardaron casi 2 semanas en tener disponible el pedido para retirarlo en el local.