**LOS PRIMEROS TREINTA SEGUNDOS**

Es importante tener en cuenta que el rápido crecimiento y cambio que ha ocurrido en los primeros 12 años del comercio electrónico representa sólo el principio; lo que podría considerarse como los primeros 30 segundos de la revolución del comercio electrónico. Las mismas tecnologías que impulsaron la primera década del comercio electrónico (descritas en el capítulo 3) continúan evolucionando en proporciones exponenciales. Esta conmoción subyacente en los cimientos tecnológicos de Internet y Web presenta a los empresarios nuevas oportunidades para crear nuevos negocios y nuevos modelos de negocios en las industrias tradicionales, y también para destruir los negocios antiguos. El cambio en los negocios se vuelve perjudicial, rápido e incluso destructivo, al tiempo que ofrece a los empresarios nuevas oportunidades y recursos para inversión. Los cambios en las tecnologías de información subyacentes y la innovación emprendedora continua en los negocios y en el marketing prometen el mismo volumen de cambio en la próxima década, como se dio en la última. El siglo xxi será la era de una vida social y comercial con capacidad digital, cuyos contornos apenas si podemos percibir en estos momentos. Parece probable que el comercio electrónico impacte en un momento dado a casi todo lo relacionado con el comercio, y que para el año 2050 prácticamente todo el comercio se realizará en forma electrónica. ¿Hay una velocidad o un punto terminal hacia donde el comercio electrónico se esté precipitando? ¿Puede el comercio electrónico seguir creciendo a su proporción actual de manera indefinida? Es posible que, en algún punto, el crecimiento del comercio electrónico sea más lento debido a que las personas no tengan ya tiempo para ver otro programa más de televisión por Internet, o de abrir más y más correo electrónico. Sin embargo, a la fecha no hay un límite previsible para el desarrollo exponencial continuo de la tecnología, o límites en la capacidad de invención de los empresarios para desarrollar nuevos usos de la tecnología. En consecuencia, al menos por ahora, el proceso perjudicial continuará. Las fortunas en los negocios se logran (y pierden) en periodos de cambios extraordinarios como éste. Los próximos cinco años presentan extraordinarias oportunidades (así como riesgos) para que los comercios nuevos y los tradicionales exploten la tecnología digital para obtener ventaja en el mercado. Para la sociedad como un todo, las siguientes décadas ofrecen la posibilidad de obtener ganancias extraordinarias en la salud social, a medida que la revolución digital avanza a través de segmentos cada vez más grandes de la economía mundial, ofreciendo la posibilidad de altos índices de productividad y un crecimiento en los ingresos, en un entorno libre de inflación. Como estudiante de negocios o de tecnología, este libro le ayudará a percibir y comprender las oportunidades y riesgos que le esperan. Para cuando termine, será capaz de identificar las fuerzas tecnológicas, de negocios y sociales que han dado forma al crecimiento del comercio electrónico, y de extender esa comprensión hacia el futuro.

**¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO?**

Este libro está enfocado hacia el comercio electrónico: el uso de Internet y Web para hacer negocios. Dicho de manera más formal, nos enfocamos en las transacciones comerciales habilitadas de manera digital entre organizaciones e individuos. Cada uno de estos componentes de nuestra definición funcional del comercio electrónico es importante. Las transacciones habilitadas de manera digital incluyen todas las transacciones mediadas por la tecnología digital. En su mayor parte, esto significa las transacciones que ocurren a través de Internet y Web. Las transacciones comerciales implican el intercambio de valores (por ejemplo, dinero) entre límites organizacionales o individuales, a cambio de productos y servicios. El intercambio de valores es importante para la comprensión de los límites del comercio electrónico. Sin un intercambio de valores, no hay actividad comercial.

**LA DIFERENCIA ENTRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS NEGOCIOS EN LÍNEA**

Hay un debate entre consultores y académicos acerca del significado y las limitaciones del comercio electrónico (e-commerce) y los negocios en línea(e-business). Algunos argumentan que el comercio electrónico abarca todo el mundo de actividades organizacionales con base electrónica que dan soporte a los tipos de cambio comerciales de una firma, incluyendo toda la infraestructura del sistema de información de la misma (Rayport y Jaworski, 2003). Por otro lado, otros argumentan que los negocios electrónicos abarcan el mundo completo de actividades internas y externas con base electrónica, incluyendo el comercio electrónico (Kalakota y Robinson, 2003). Creemos que es importante hacer énfasis en la distinción entre el comercio electrónico y los negocios en línea, debido a que pensamos que se refieren a fenómenos distintos. El comercio electrónico no es “cualquier cosa digital” que haga una firma. Para los fines de este libro, utilizaremos el término negocios en línea para referirnos principalmente a la habilitación digital de las transacciones y procesos dentro de una firma, lo cual involucra a los sistemas de información que están bajo el control de la firma. En su mayor parte, en nuestra opinión, los negocios en línea no incluyen las transacciones comerciales que implican un intercambio de valores a través de límites organizacionales. Por ejemplo, los mecanismos de control de inventario en línea de una compañía son un componente de los negocios en línea, pero dichos procesos internos no generan directamente ingresos para la firma provenientes de negocios o consumidores externos, como lo hace el comercio electrónico según su definición. No obstante, es verdad que la infraestructura de los negocios en línea de una firma ofrece soporte para las actividades comerciales en línea del comercio electrónico; se requieren la misma infraestructura y un conjunto similar de habilidades tanto en los negocios en línea como en el comercio electrónico. Los sistemas de comercio electrónico y negocios en línea se fusionan en el límite comercial de la firma, en el punto en el que los sistemas de negocios internos se vinculan con los proveedores o clientes, por ejemplo (vea la figura 1.1). Las aplicaciones de negocios en línea se convierten en comercio electrónico precisamente cuando ocurre un intercambio de valores (vea Mesenbourg, U.S. Department of Commerce, 2001, para un punto de vista similar). En el capítulo 12 examinaremos esta intersección con más detalle.

