

MÓDULO 3

DEFINICIÓN/CONCEPTO/NATURALEZA/RESPONSABLES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Material de apoyo

<https://www.youtube.com/watch?v=BEble52ij70>

Teniendo claridad sobre la historia y el desarrollo del comercio electrónico, cuales fueron sus primeros vestigios, génesis y desarrollo, y conociendo cuales son las autoridades y normas que lo regulan, pasemos al tercer módulo del curso que tiene como uno de sus objetivos definir y determinar que se entiende por comercio electrónico y cuáles son sus diferentes acepciones y características principales.

Lo anterior, por supuesto, de la mano de las personas y grandes tratadistas sobre la materia, aquellas que han sido reconocidas como las mentes mas brillantes en lo que se refiere a la materia objeto de nuestro estudio y las cuales han sido las encargadas de jalonar su desarrollo no sólo a nivel teórico, sino también práctico.

El comercio electrónico o "*e-commerce*" es el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones¹. Ésta descripción, formulada por la escritora, catedrática e investigadora Española Ana Rosa del Águila, permite además de definir corta y contundentemente el comercio electrónico, observar con claridad cuales son los tres factores mínimos que hacen parte del mismo.

Así, podemos aseverar que, para que se perfeccione, materialice y configure el comercio electrónico tendrán necesariamente que converger mínimamente tres factores: (a) la voluntad de una o mas personas naturales y/o jurídicas de ejecutar una acción con implicaciones mercantiles, (b) el uso inequívoco de las tecnologías

¹ Del águila (2.000) "Comercio electrónico y estrategia empresarial", "pág. 41".

de la información y las comunicaciones y, (c) la adquisición de un bien, producto o servicio a través de las diferentes modalidades contractuales existentes.

Otras definiciones fueron las planteadas por la Comisión Europea en los años de 1.997 y 1.999, las cuales redujeron y simplificaron la descripción diciendo lo que sigue:

En 1.997:

“Hacer negocios electrónicamente”

Y, en 1.999:

“todo tipo de negocio, transacción administrativa o intercambio de información que utilice cualquier tecnología de la información y las comunicaciones”

Nótese que con términos mas simples, pretenden dar la máxima cobertura posible, pues cuando se refieren a la palabra “*negocio(s)*” permiten vislumbrar el factor de voluntad de las partes incluida la parte contractual como si fueran una sola, y por supuesto adicionan, el uso de las tecnologías.

Es importante precisar, que será del recibo de cada uno(a) de Ustedes la definición o concepto que consideren se acomoda mas a sus percepciones sobre el comercio electrónico, tal vez para algunos sea mas completa la primera de las posturas dada por la catedrática española que permite entrever tres factores mínimos para su configuración, como para otros sea mas simple y práctica la expuesta por la comisión europea.

Lo que si es cierto, es que el tema del comercio electrónico toma cada día mas relevancia, y aunque queramos definirla y enmarcarla dentro de un contexto determinado, la misma dinámica de su ejercicio nos enseña que no todo está dicho, y que ninguna de las definiciones logrará colmar su contenido real, es

decir, lo que en realidad abarca el ejercicio libre y pleno del comercio electrónico.

Bastará con mencionar que el comercio electrónico además de buscar finiquitar o finalizar un negocio electrónico, es decir, ser un fin, un objetivo, resulta también ser un medio, porque es un apoyo y una herramienta para que se adelanten las diferentes transacciones comerciales en la medida en que abarca todos los pasos de la transacción, trátase de búsqueda de la información, apoyar la función de marketing, temas de publicidad *on line* e inclusive servicio de posventa o soporte electrónico.

Así las cosas y en vista de lo anterior, podemos concluir que el comercio electrónico no siempre termina con una negociación efectiva, porque el hecho de que no se lleve a cabo el intercambio, compra, permuta o venta entre otro tipo de contratos, no significa que no se esté ejercitando el "*e-commerce*", todo lo contrario, ejercemos el comercio electrónico cuando inclusive ingresamos en una página virtual con la simple idea o pretensión de recibir información sobre un determinado bien o servicio.

Las definiciones y conceptos sobre comercio electrónico son considerables y diversas, es posible leer varias y encontrar un significado diferente o que le acuñemos según nuestro criterio una acepción diferente a la que el tratadista o dogmático del tema pretenda darle, sin embargo, habrá que concluir sin discusión alguna que el tema que nos convoca pareciera no tener límites conceptuales, pues está inmerso en casi todos los escenarios virtuales donde se pretenda cuando menos, usar un dispositivo electrónico pretendiendo obtener algún tipo de bien, servicio y/o información.

Así que serán Ustedes mismos quienes se allanen a alguna de las definiciones propuestas en éste módulo, o quizás encuentren del estudio y análisis del tema otra diferente a la cual se aúnen, o tal vez según su criterio diluciden una nueva concepción de lo que puede comprenderse dentro del comercio electrónico y consignarlo en una definición, lo que si debe quedar claro, es que los

constantes cambios y la misma dinámica que envuelve el ejercicio real del comercio electrónico incluye necesaria e inexpugnablemente, además de los dispositivos electrónicos, la voluntad de los seres humanos.

RESPONSABLES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO/EJERCICIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE PERSONAS JURÍDICAS/PERSONAS NATURALES/ENTIDADES DEL ESTADO

Imperativo resulta por decir lo menos, que visualicemos quienes son las personas facultadas, permitidas, legalizadas y capacitadas para ejercer el comercio electrónico, o como los denomina la ley 527 de 1.999, agentes responsables del comercio electrónico, pues entre ellos encontramos empresas o personas jurídicas, como personas naturales o consumidores que se interrelacionan entre sí a través de la virtualidad para ejercer el comercio.

ENTRE PERSONAS JURÍDICAS

Encontramos entonces que pueden relacionarse entre sí dos personas jurídicas, es decir dos empresas o lo que suele llamarse comúnmente como comercio electrónico interempresarial y se refiere a las transacciones entre empresas realizadas en el mercado electrónico. Los últimos datos estadísticos refieren que el comercio electrónico entre empresas abarca el 75% del mercado electrónico.

Un ejemplo claro de éste tipo de responsables son las empresas que efectúan transacciones, pedidos, reciben facturas, efectúan pagos y en definitiva, se relacionan con sus proveedores o clientes corporativos a través de Internet. El comercio empresa-empresa es mucho más que la venta en Internet, e incluye una gran variedad de aspectos que permiten hacer negocios electrónicamente, incluyendo incluso uniones electrónicas entre procesos dentro de una organización y entre organizaciones distintas, a lo largo de la cadena de valor.

Es ineludible que aunque las empresas deben prestar muchos de sus servicios de manera presencial, con el comercio electrónico le están ahorrando al comprador entre un 10% a 15% en relación con el precio, lo que confirma el aumento de su competitividad y el posicionamiento de ambas electrónicamente hablando.

ENTRE PERSONAS JURÍDICAS Y NATURALES.

Tenemos también las personas naturales, es decir el ciudadano de a pie que realiza transacciones con las personas jurídicas, y es éste el comercio que permite las transacciones entre las compañías y el consumidor final. En este tipo de relaciones podemos hablar de fabricantes o de minoristas, toda vez que el Internet elimina los obstáculos que justifican la necesidad de intermediarios

El mercado sobre el que se asienta la venta minorista por Internet o B2C posee una serie de características distintas de las que se observan en el mundo físico. Entre ellas destacamos la mayor eficiencia de los mercados, donde el precio se fija tras la concurrencia de compradores y vendedores; el mayor poder de los consumidores, que pueden usar agentes inteligentes para encontrar el producto que mejor se adapte a sus deseos; y la personalización masiva del marketing, que permite dirigirse a una gran cantidad de clientes de forma individualizada.

Estas características hacen que se deriven de este nuevo modo de negocio una serie de ventajas e inconvenientes. La principal ventaja que el comercio en la red ofrece a las empresas es la posibilidad de vender directamente al consumidor, sin la infraestructura que normalmente va asociada a una localización determinada y una operación de venta directa. Se ve como una oportunidad de abrirse a nuevos mercados, a la vez que permite mejorar el nivel de servicios que se ofrece al consumidor.

ENTRE PERSONAS NATURALES.

Se trata de la realización de transacciones entre consumidores, procesos de compraventa que pretenden poner en contacto a los oferentes y demandantes de un determinado producto sin que exista la necesidad de un intermediario. En este tipo de comercio electrónico destacan por volumen de negocio las subastas *on line*. Entre otras ventajas, este tipo de transacción permite los consumidores fijar ellos mismos el precio y definir una categoría de productos en función de sus preferencias específicas.

ENTRE PERSONAS JURÍDICAS Y/O NATURALES Y ENTIDADES DEL ESTADO

Éstas serían las transacciones entre los consumidores y la Administración, así como entre las empresas y la Administración, también podríamos considerarlas como un modelo de comercio electrónico. incluidas las transacciones como el envío de formularios, recibos para el pago de impuestos, recepción de concursos, el envío de ofertas, intercambio de información, entre otras.

Ésta relación se genera en la medida en que la empresa o persona natural puede acceder a los bienes y servicios que presta la Entidad dentro del contexto virtual, bien sea porque le resulte necesario recibir una información general o determinada o porque deba cancelar una determinada suma de dinero por concepto de impuestos dentro del ámbito nacional, departamental o municipal.

Por supuesto existen otros agentes responsables del comercio electrónico, dentro de los que podemos encontrar los coordinadores, programadores, supervisores entre otros, pero ellos se encuentran dentro de los profesionales vinculados a las compañías y que se encargan de facilitar que las relaciones entre los responsables precitados puedan efectuar en debida forma sus necesidades virtuales comerciales.