2-11-2023

VSEVOLOD

EL COMERCIO ELECTRONICO

Contenido

[1 COMERCIO ELECTRÓNICO 2](#_Toc149810487)

[2 VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 3](#_Toc149810488)

[2.1 Para las empresas 3](#_Toc149810489)

[3 CARACTERÍSTICAS ÚNICAS DE SU TECNOLOGÍA 4](#_Toc149810490)

[4 INFRAESTRUCTURA Y FUNDAMENTOS 6](#_Toc149810491)

[5 USOS HABITUALES 7](#_Toc149810492)

[6 COMPRA SOCIAL Y CUPONERAS 8](#_Toc149810493)

[7 GLOSARIO DE TÉRMINOS COMUNES 9](#_Toc149810494)

# COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en [inglés](https://es.wikipedia.org/wiki/Idioma_ingl%C3%A9s)), consiste en la compra y venta de [productos](https://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing)) o de [servicios](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa)) a través de medios electrónicos, tales como [Internet](https://es.wikipedia.org/wiki/Internet) y otras [redes informáticas](https://es.wikipedia.org/wiki/Redes_inform%C3%A1ticas). Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el[Intercambio electrónico de datos](https://es.wikipedia.org/wiki/Intercambio_electr%C3%B3nico_de_datos), sin embargo con el advenimiento de la [Internet](https://es.wikipedia.org/wiki/Internet) y la [World Wide Web](https://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web" \o "World Wide Web) a mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos, tales como las [tarjetas de crédito](https://es.wikipedia.org/wiki/Tarjeta_de_cr%C3%A9dito).

La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido de manera extraordinaria debido a Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la[transferencia de fondos electrónica](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Transferencia_de_fondos_electr%C3%B3nica&action=edit&redlink=1), la [administración de cadenas de suministro](https://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n_de_la_cadena_de_suministro), el [marketing en Internet](https://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_en_Internet), el [procesamiento de transacciones en línea](https://es.wikipedia.org/wiki/OLTP) (OLTP), el[intercambio electrónico de datos](https://es.wikipedia.org/wiki/Intercambio_electr%C3%B3nico_de_datos) (EDI), los sistemas de administración del [inventario](https://es.wikipedia.org/wiki/Inventario) y los sistemas automatizados de recolección de datos.

La mayor parte del comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos o servicios entre personas y empresas, sin embargo un porcentaje considerable del comercio electrónico consiste en la adquisición de artículos virtuales (software y derivados en su mayoría), tales como el acceso a contenido "premium" de un sitio web.

# VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

## Para las empresas

El comercio electrónico realizado entre empresas es llamado en inglés business-to-business o [B2B](https://es.wikipedia.org/wiki/B2B). El B2B puede estar abierto a cualquiera que esté interesado (como el intercambio de mercancías o materias primas), o estar limitado a participantes específicos pre-calificados ([mercado electrónico privado](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mercado_electr%C3%B3nico_privado&action=edit&redlink=1)). Algunas de sus virtudes son:

1. Mejoras en la distribución: La Web ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales) la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero, como por ejemplo en la industria del software, en la que los productos pueden entregarse de inmediato, reduciendo de manera progresiva la necesidad de intermediarios.
2. Comunicaciones comerciales por vía electrónica: Actualmente, la mayoría de las empresas utiliza la Web para informar a los clientes sobre la compañía, aparte de sus productos o servicios, tanto mediante comunicaciones internas como con otras empresas y clientes; esto facilita las relaciones comerciales, así como el soporte al cliente, ya que al estar disponible las 24 horas del día, las empresas pueden fidelizar a sus clientes mediante un diálogo asincrónico que sucede a la conveniencia de ambas partes.
3. Beneficios operacionales: El uso empresarial de la Web reduce errores, tiempo y sobre costos en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen sus costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar éstas por el mismo medio, y por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de ventajas en las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez.
4. Facilidad para fidelizar clientes: Mediante la aplicación de protocolos y estrategias de comunicación efectivas que le permitan al usuario final del portal web de la compañía plantear inquietudes, levantar requerimientos o simplemente hacer comentarios con relación a los productos o servicios de la misma, y si y solo si estos comentarios son debidamente procesados se puede crear un elemento importante para lograr la fidelización de los clientes, y en consecuencia aumentar la re-compra de productos y servicios, así como también la ampliación del rango de cobertura en el mercado.

# CARACTERÍSTICAS ÚNICAS DE SU TECNOLOGÍA

* Ubicuidad: la tecnología de internet/ web está disponible en todos lados, en el trabajo, en el hogar y en cualquier otro lado a través de los dispositivos móviles, en cualquier momento. El mercado se extiende más allá de los límites tradicionales y se elimina de una ubicación temporal y geográfica. Se crea el “Marketspace”; se pueden realizar compras en cualquier parte. Se mejora la conveniencia para el cliente y se reducen los costos de compra.
* Alcance global: la tecnología se extiende más allá de los límites nacionales, alrededor de la tierra. Se habilita el comercio a través de los límites culturales y nacionales sin problemas ni modificaciones. El “Marketspace” incluye potencialmente miles de millones de clientes y millones de negocios en todo el mundo.
* Estándares universales: hay un conjunto de estándares de tecnología, a saber estándares de internet. Hay un conjunto de estándares de medios técnicos en todo el mundo.
* Riqueza: es posible transmitir mensajes de video, audio y texto. Los mensajes de comercialización de video, audio y texto se integran en una sola experiencia de consumo y mensaje de comercialización.
* Interactividad: la tecnología funciona a través de la interacción con el usuario. Los consumidores entablan un diálogo que ajusta en forma dinámica la experiencia para el individuo, y hace del consumidor un coparticipante en el proceso de entrega de bienes en el mercado.
* Densidad de la información: la tecnología reduce los costos de la información y eleva la calidad. Los costos de comunicación, procesamiento y almacenamiento de la información se reducen en forma dramática, mientras que la prevalencia, precisión y actualidad se incrementan de manera considerable. La información es abundante, económica y precisa.
* Personalización/adecuación: la tecnología permite entregar mensajes personalizados a individuos y grupos. La personalización de los mensajes de comercialización y la adecuación de productos y servicios se basan en las características individuales.
* Tecnología social: generación de contenido por parte del usuario y redes sociales. Los nuevos modelos social y de negocios de internet permiten que el usuario cree y distribuya su propio contenido, y soportan las redes sociales.[1](https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico#cite_note-1)

# INFRAESTRUCTURA Y FUNDAMENTOS

Las aplicaciones del comercio en línea se basan principalmente en esta infraestructura:

1. Infraestructura de servicios comerciales comunes: directorios, catálogos, tarjetas inteligentes de seguridad/autentificación, instituciones intermediarias para el pago electrónico.

2. Infraestructura de red: Internet (VAN, LAN, WAN), Intranet, Extranet, televisión por cable y satelital, dispositivos electrónicos, Internet.

3. Infraestructura de los mensajes y de distribución de información: intercambio electrónico de datos, correo electrónico, protocolo de transferencia de hipertexto.

4. Infraestructura de interfaces: está asentado en bases de datos, agenda de clientes y aplicaciones, y sus interrelaciones.

5. Plataformas y lenguajes multimedia para la infraestructura pública de red: VRML, HTML, XHTML, Javascript.

Internet, Intranet y Extranet proporcionan enlaces vitales de comercio electrónico entre los componentes de una empresa y sus clientes, proveedores y otros socios comerciales. Esto permite que las empresas participen en tres categorías básicas de aplicaciones de comercio electrónico:

* Entre organizaciones comerciales y clientes/consumidores.
* Sólo entre organizaciones comerciales.
* Dentro de la misma organización.

# USOS HABITUALES

El comercio electrónico puede utilizarse en cualquier entorno en el que se intercambien documentos entre empresas: compras o adquisiciones, finanzas, industria, transporte, salud, legislación y recolección de ingresos o impuestos. Ya existen compañías que utilizan el comercio electrónico para desarrollar los siguientes aspectos:

* Creación de canales nuevos de marketing y ventas.
* Acceso interactivo a catálogos de productos, listas de precios y folletos publicitarios.
* Venta directa e interactiva de productos a los clientes.
* Soporte técnico ininterrumpido, permitiendo que los clientes encuentren por sí mismos, y fácilmente, respuestas a sus problemas mediante la obtención de los archivos y programas necesarios para resolverlos.

Mediante el comercio electrónico se intercambian los documentos de las actividades empresariales entre socios comerciales. Los beneficios que se obtienen en ello son: reducción del trabajo administrativo, transacciones comerciales más rápidas y precisas, acceso más fácil y rápido a la información, y reducción de la necesidad de reescribir la información en los sistemas de información.

Los tipos de actividad empresarial que podrían beneficiarse mayormente de la incorporación del comercio electrónico son:

* Sistemas de reservas. Centenares de agencias dispersas utilizan una base de datos compartida para acordar transacciones.
* Stocks. Aceleración a nivel mundial de los contactos entre proveedores de stock.
* Elaboración de pedidos. Posibilidad de referencia a distancia o verificación por parte de una entidad neutral.
* Seguros. Facilita la captura de datos.
* Empresas proveedoras de materia prima a fabricantes. Ahorro de grandes cantidades de tiempo al comunicar y presentar inmediatamente la información que intercambian.

# COMPRA SOCIAL Y CUPONERAS

En [España](https://es.wikipedia.org/wiki/Espa%C3%B1a) hay más de 15 empresas que ofrecen el servicio[2](https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico#cite_note-2) y en [Argentina](https://es.wikipedia.org/wiki/Argentina) el número asciende a veinte[3](https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico#cite_note-3) situación comparable a la de otros países. El modelo de negocio consiste en la oferta de un determinado producto o servicio por un plazo limitado, generalmente de un día, con un nivel de descuento del 50% al 90%. Esta herramienta, además de generar un alto nivel de visitas a los sitios y compras por parte de un gran número de usuarios, es una herramienta muy popular entre comercios y empresas pequeñas, ya que este tipo de negocio funciona solamente haciendo foco en lo local y es accesible sin importar el tamaño de la organización.

# GLOSARIO DE TÉRMINOS COMUNES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Número | Término | Definición |
| 1 | Internet | Infraestructura de redes a escala mundial que se conecta a la vez a todo tipo de computadores. Desarrollado originariamente para los militares de Estados Unidos, después se utilizó para el gobierno, la investigación académica y comercial y para comunicaciones. |
| 2 | Intranet | Red de ordenadores privada basada en los estándares de Internet, utilizan esta tecnología para enlazar los recursos informativos de una organización, desde documentos de texto a documentos multimedia, desde bases de datos legales a sistemas de gestión de documentos. |
| 3 | Comercio Electrónico | Entrega de información, productos, servicios o pagos por medio de líneas telefónicas, redes de ordenadores o de cualquier otro dispositivo electrónico. |
| 4 | Negocio Electrónico | Cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan en forma electrónica en lugar del intercambio o contacto físico directo. |
| 5 | Hosting | Alojar, servir, y mantener archivos para uno o más sitios web. Es también conocido como hospedaje web, alojamiento web, web site hosting, web hosting o webhosting. El tipo de empresa que ofrece estos servicios se denomina ISP (por Internet Service Provider). |
| 6 | Servidor Compartido | Es una forma de hosting en la que varios clientes comparten un mismo servidor. |
| 7 | Servidor Virtual | Se conoce como servidor virtual a una partición dentro de un servidor que habilita varias máquinas virtuales dentro de dicho equipo por medio de diferentes tecnologías. Los servidores virtuales tienen un límite de uso de CPU y memoria RAM (entre otros) que se dedica sólo para ese SDV dentro del servidor, y cada uno de ellos funciona independientemente dentro de un mismo servidor, es decir que todos actúan como jaulas dentro de un mismo equipo. Por ejemplo, si uno de ellos está mal administrado y trabaja en forma sobrecargada, no afectará el funcionamiento del resto. |
| 8 | Servidor Dedicado | El uso exclusivo de todo un servidor por un único cliente. Es una Forma de Hosting. Al ser dedicado, su costo puede ser alto. |
| 9 | Enlace Dedicado | Servicio que permite establecer un acceso permanente a Internet de alta capacidad, con un costo fijo, independientemente del tiempo de conexión y del volumen de información transmitida, Existen compañías que ofrecen ADSL, T1, wifi, dial-up, etc. |
| 10 | ERP | La Planificación de Recursos Empresariales, o simplemente ERP (Enterprise Resourse Planning), es un conjunto de sistemas de información gerencial que permite la integración de ciertas operaciones de una empresa, especialmente las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad. |
| 11 | CRM | Customer Relationship Management, gestión de las relaciones con el cliente. El CRM no es una nueva filosofía de trabajo u organización, sino el resultado de unir las antiguas técnicas comerciales de los pequeños establecimientos, con la tecnología de la información. |
| 12 | SCM | Supply Chain Management (SCM). Es una solución de negocios enfocada en optimizar la planeación y las operaciones de la cadena de suministro de la empresa. |
| 13 | Business Intelligence | Las aplicaciones de Business Intelligence (BI) son herramientas de soporte de decisiones que permiten en tiempo real, acceso interactivo, análisis y manipulación de información crítica para la empresa. |
| 14 | Cadena de Valor | Se enfoca en la identificación de los procesos y operaciones que aportan valor al negocio, desde la creación de la demanda hasta que ésta es entregada como producto final. [Michael Porter](https://es.wikipedia.org/wiki/Michael_Porter) fue quien popularizó este término. |
| 15 | Cluster de Aplicaciones | Los clusters o agrupamientos que ejecutan aplicaciones utilizadas en el cómputo científico, donde lo más importante es obtener un alto desempeño, optimizando el tiempo de procesamiento. Algunas aplicaciones de este tipo son los ERP (Enterprise Resource Planning), BI (Business Intelligence), Herramientas OLAP, KWS (Sistemas basados en el conocimiento), ESS (Sistemas de soporte para ejecutivos). |
| 16 | Back End | De forma general, back-end hace referencia al estado final de un proceso. Contrasta con front-end, que se refiere al estado inicial de un proceso, interfaz del administrador o programador de la aplicación. |
| 17 | Front End | Front-end hace referencia al estado inicial de un proceso. Contrasta con back-end, que se refiere al estado final de un proceso, interfaz del usuario final. |
| 18 | [FODA](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO) | Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, permite realizar un diagnóstico rápido de la situación de cualquier empresa, considerando los factores externos e internos que la afectan para poder delinear la estrategia para el logro satisfactorio de las metas y objetivos inherentes a la empresa. |
| 19 | Estudio de Mercado | Recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. |
| 20 | Negocio Brick | Organización que tiene participación comercial de forma tradicional, es decir, con instalaciones físicas. También podemos econtrarlo escrito como Negocio Brick & Mortar (por "ladrillo y cemento"). |
| 21 | Negocio Clic | Organización que tiene participación comercial de forma electrónica únicamente. También se denomina una empresa "punto com" |
| 22 | Negocio Brick and Clic | Organización que tiene participación comercial de forma tanto física como electrónica. |
| 23 | Business to Business | B2B. Forma de comercio electrónico en donde las operaciones comerciales son entre empresas y no con usuarios finales. |
| 24 | Business to Consumer | B2C. De empresa a consumidor. Forma de comercio electrónico en donde las operaciones comerciales son entre una empresa y un usuario final. |
| 25 | Business to Government | B2G. Consiste en optimizar los procesos de negociación entre empresas y el gobierno a través del uso de Internet. Se aplica a sitios o portales especializados en la relación con la administración pública. |