



EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS EMPRESAS

Arturo Francisco Ordoñez Moran

Doctorando Administración de Negocios DBA en CENTRUM Pontificia Universidad católica del Perú. Magíster en Producción y Productividad por la Universidad de Guayaquil. Ingeniero Químico. Catedrático de la Universidad católica Santiago de Guayaquil y la Universidad de Guayaquil.
arturo.ordonez@hotmail.com

Arturo Francisco Ordoñez Peña

Magíster en Administración de Empresa por la Universidad de Guayaquil. Ingeniero Comercial. Catedrático de la Universidad de Guayaquil.
afop78@gmail.com

Rodrigo Víctor Alarcón

Magíster Ejecutivo en Dirección de Empresas por la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ingeniero Comercial, Catedrático de la Universidad de Guayaquil.
rovical@yahoo.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Arturo Francisco Ordoñez Moran, Arturo Francisco Ordoñez Peña y Rodrigo Víctor Alarcón (2016): "El comercio electrónico en las Empresas", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (abril 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/04/comercio.html>

Resumen

El Comercio se ha utilizado como actividad económica para efectuar la compra, venta de productos, bienes o servicios, entre otros y así obtener un rendimiento. Adicionalmente, el intercambio de la entrega de algo por otra cosa de un mismo valor monetario, o el pago de un precio que se vende por una cosa.

Las TICS son las tecnologías de información y de las comunicaciones que almacena gran cantidad de información para procesar los datos, automatizar tareas, interactividad y el desarrollo de nuevas oportunidades de comercio.

Existen tipos de comercio formal e informal, el primero impulsa la economía de un país y el segundo es el que evade impuestos y demás formalidades jurídicas así como otras clasificaciones de comercio, entre la más importante el comercio electrónico que realiza transacciones de personas y empresas que involucra la compra, venta o intercambio de productos, bienes o servicios.

El propósito del comercio electrónico se obtiene la deslocalización del punto de compra venta, la flexibilidad en los medios de pago y la creación de las nuevas relaciones comerciales, aumento de la gama de productos, el acceso a un mercado global y la reducción de costos y precios finales para que el comprador se beneficie por el precio más bajo. Así como genera la lealtad con los clientes, atención y garantía de satisfacción total, mayor alcance de público, seguridad para el vendedor y el comprador, facilidad de entrega de productos, mayor participación en la cartera de los clientes.

Abstract

Trade has use as an economic activity to make the purchase, sale of products, goods or services, among others and get a return. In addition, exchange of delivering something else of the same monetary value, or paying a price that is sold for one thing.

ICTs are the technologies of information and communication that stores large amount of information to process data, automate tasks, interactivity and the development of new trade opportunities.

There are types of formal and informal trade, the first drives the economy of a country and the second is to evade taxes and other legal formalities and other classifications of trade, among the most important e-commerce transactions made by individuals and companies who involving the purchase, sale or exchange of products, goods or services.

The purpose of e-commerce relocation sale point is obtained, flexibility in payment methods and the creation of new business relationships, increased range of products, access to a global market and reducing costs and final prices for the purchased benefit for the lowest price. And it generates customer loyalty, care and total satisfaction guarantee, broader public, security for the seller and the buyer, ease of product delivery, increased share of wallet of customers.

Keywords: Commerce TICS E-commerce

INTRODUCCIÓN

Comercio¹

Es un término que se usa con asiduidad en nuestro idioma y que se haya asociado a la actividad económica. Si bien presenta varios usos, el más extendido, sin dudas, es aquel que permite referir al negocio que alguien efectúa al vender, comprar o trocar productos, mercancías, servicios, entre otros, a instancias de un mercado y con la misión de lograr a través de los mismos un beneficio económico. Cabe destacar, que el indicado intercambio supone la entrega de algo a cambio de otra cosa que revista el mismo valor monetario, o en su defecto, el pago de un determinado precio que quien vende le asigna a la cosa en cuestión.

Al individuo que se dedica de manera profesional a la actividad del comercio se lo conoce popularmente como comerciante.

El origen del comercio es realmente milenario, el mismo se remonta hacia finales de la etapa Neolítica y sería la agricultura la primera materia de intercambio entre los hombres, porque cuando se perfeccionó la actividad y la cosecha abundaba a punto tal de dejar un resabio, tal excedente comenzó a ser intercambiado por otros valores por parte del productor. Tiempo después el trueque sería reemplazado por la introducción de la moneda.

Empresas²

Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la constitución continua de empresas.

En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

Clasificación según su actividad económica

Según la actividad a la que se dediquen se puede hablar de empresas del:

¹ Comercio. Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/comercio.php>

² Definición de Empresa. Debitoor. Disponible en: <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>

Sector primario (agricultura), Sector secundario (construcción), Sector terciario (servicios),

Clasificación según su creación

En cuanto a la constitución de una empresa se puede hablar de distintos tipos:

Empresas individuales, Sociedades anónimas, Sociedades de responsabilidad limitada, Cooperativas

Clasificación según su tamaño

Grandes empresas: Aquellas empresas cuyo volumen de negocio haya superado durante el año contable. Además, están obligadas a presentar mensualmente las declaraciones-liquidaciones referentes a retenciones, impuesto sobre el valor añadido (IVA), impuestos especiales y primas de seguros.

PYMES: A efectos de la Agencia tributaria, se consideran PYMES todas aquellas organizaciones que no son grandes empresas con obligación de declarar mensualmente las retenciones sobre rendimientos del trabajo y actividades económicas.

TICS³

Las TIC son cambiantes, siguiendo el ritmo de los continuos avances científicos y en un marco de globalización económica y cultural, contribuyen a que los conocimientos sea efímeros y a la continua emergencia de nuevos valores, provocando cambios en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales, e incidiendo en casi todos los aspectos de nuestra vida: el acceso al mercado de trabajo, la sanidad, la gestión burocrática, la gestión económica, el diseño industrial y artístico, el ocio, la comunicación, la información, nuestra forma de percibir la realidad y de pensar, la organización de las empresas e instituciones, los métodos y actividades, la forma de comunicación interpersonal, la calidad de vida, la educación... Su gran impacto en todos los ámbitos de nuestra vida hace cada vez más difícil que se pueda actuar eficientemente prescindiendo de ellas.

Las TIC ofrecen la posibilidad de realizar unas funciones que facilitan los trabajos tales:

- Fácil acceso a todo tipo de información.
- Instrumentos para todo tipo de proceso de datos.
- Canales de comunicación
- Almacenamiento de grandes cantidades de información en pequeños soportes de fácil transporte
- Automatización de tareas
- Interactividad
- Instrumento cognitivo que potencia las capacidades mentales y permite el desarrollo de nuevas maneras de pensar y de realizar comercio.

1. CONTENIDO

Empresas⁴

Una empresa es una organización con fines de lucro que otorga un servicio o bien a la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, una empresa es la encargada de satisfacer las demandas del mercado. Para lograr los objetivos esta coordina el capital y el trabajo y hace uso de materiales pasivos tales como tecnología, materias primas, entre otros.

Según su actividad, las empresas se clasifican en empresas de servicios, comerciales, extractivas o industriales; según su dimensión, en microempresa, pequeña empresa, mediana empresa o gran empresa; según su forma jurídica, en empresas individuales, societarias o cooperativas; según la titularidad del capital, en empresas públicas, estatales o mixtas; y finalmente, según el lugar donde actúan, las empresas se clasifican en empresas locales, regionales, nacionales o multinacionales.

El origen de las empresas tal como se las concibe hoy en día debe rastrearse en momentos claves del desarrollo del capitalismo, especialmente en el siglo XIX, con la revolución industrial y la difusión

³ TICS. Las Tic como apoyo a la educación. Disponible en: <http://docencia.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=209097>

⁴ Definición de empresa. Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/empresa.php>

de las ideas de Adam Smith. Esta época coincide con los primeros trabajos relativos a cómo administrar y organizar una empresa de modo más sistemático.

La empresa tiene un rol sumamente importante en el desarrollo de la sociedad en general. Además de generar empleo, suministra aquellos bienes y servicios satisfaciendo necesidades en general, otorga créditos motivando la inversión y la posibilidad de compra y hace conocer continuamente productos útiles a través de la publicidad. No obstante, todas estas posibilidades solo tienen lugar en una economía de mercado.

El estado debe garantizar un ámbito apropiado para que la empresa se desarrolle en la medida en que cumpla con las funciones sociales. En este sentido, se deben facilitar las inversiones, brindar seguridad jurídica y tener un rol activo en momentos de crisis inyectando liquidez al mercado. Es importante entender que a pesar de que el fin de una empresa sea el lucro, los beneficios que otorga a la sociedad son siempre mayores.

Estructura básica de lo que es una empresa⁵

Entidad: Es decir, que una empresa es una colectividad considerada como unidad (por ejemplo, una corporación, compañía, institución, entre otros, tomada como persona jurídica) [5] o un ente individual conformado por una sola persona (por lo general, el propietario).

Elementos humanos: Se refiere a que toda empresa está conformada por personas que trabajan y/o realizan inversiones para su desarrollo.

Aspiraciones: Son las pretensiones o deseos por lograr algo que tienen las personas que conforman la empresa.

Realizaciones: Se entiende como las satisfacciones que sienten los miembros de la empresa cuando logran cumplir aquello que aspiraban.

Bienes materiales: Son todas las cosas materiales que posee la empresa, como; instalaciones, oficinas, mobiliario, entre otros.

Capacidad técnica: Es el conjunto de conocimientos y habilidades que poseen los miembros de la empresa para realizar o ejecutar algo.

Capacidad financiera: Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones (por citar algunas).

Producción, transformación y/o prestación de servicios: Se refiere a que la empresa puede realizar una o más de las siguientes actividades: 1) Fabricar, elaborar o crear cosas o servicios con valor económico, 2) transformar o cambiar, por ejemplo, una materia prima en un producto terminado y 3) prestar servicios.

Satisfacción de necesidades y deseos: La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para éstas necesidades profundas (por ejemplo, una hamburguesa Mc Donalds para satisfacer la necesidad de alimento).

⁵ Definición de Empresa. Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall



Fuente: <http://empresasenpanama.net/>

TICS⁶

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

Si se elaborará una lista con los usos que se hace de las Tecnologías de la Información y la Comunicación sería prácticamente interminable:

Internet de banda ancha, teléfonos móviles de última generación, Televisión de alta definición... son algunos de los avances que nos resultan más cotidianos.

Pero hay muchos más:

- Códigos de barras para gestionar los productos en un supermercado
- Bandas magnéticas para operar con seguridad con las tarjetas de crédito
- Cámaras digitales
- Reproductores de MP3

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación están presentes en nuestras vidas y la han transformado.

Esta revolución ha sido propiciada por la aparición de la tecnología digital. La tecnología digital, unida a la aparición de ordenadores cada vez más potentes, ha permitido a la humanidad progresar muy rápidamente en la ciencia y la técnica desplegando el arma más poderosa: la información y el conocimiento.

Hoy en día es imposible encontrar un solo instituto dedicado a investigar la ciencia y evolucionar la técnica que no disponga de los mejores y más sofisticados dispositivos de almacenamiento y procesamiento de información.

Pero no sólo eso, las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado la gestión de las empresas y nuestra manera de hacer negocios:

- Para comunicarnos con los clientes
- Para gestionar pedidos
- Para promocionar los productos

⁶ Definición de TICS. Servicios TIC. Disponible en: <http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html>

- Para relacionarnos con la administración pública

Comercio⁷

El término comercio proviene del concepto latino commercium y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto. También se denomina comercio al local comercial, negocio, botica o tienda, y al grupo social conformado por los comerciantes.

El comercio, en otras palabras, es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero.

No obstante, hay que subrayar que hasta la aparición del dinero, las antiguas civilizaciones lo que hacían era llevar a cabo el comercio mediante lo que se denominaba trueque. Esta operación consistía en adquirir un producto en concreto de un vendedor al que se le pagaba otorgándole otro producto que este necesitara.

De esta manera se podría recalcar que dicha operación comercial se basaba fundamentalmente en el intercambio de productos de primera necesidad tales como podían ser los alimentos.

Asimismo, y haciendo uso de la Historia, también hay que decir que existieron en el pasado lo que se dieron en llamar rutas comerciales. Estas no eran más que diversos trayectos o itinerarios que ejercían como enlaces entre lo que eran las zonas donde se producía un determinado producto y las que, sin embargo, lo demandaban.

Tipos de Comercio⁸

Existen dos tipos básicos de comercio, que se distinguen entre sí por estar o no sujetos a los estatutos legales vigentes en materia comercial: el comercio formal y el comercio informal.

El comercio informal será todo aquel que un individuo realice fuera de las estructuras formales del Estado, evadiendo el pago de impuestos y demás formalidades jurídicas. El ejemplo de comercio informal más común es aquel de los vendedores ambulantes, pero también aquel referido a negocios ilícitos, como la venta de drogas prohibidas o el comercio de autopartes procedentes de robos o hurtos.

Por su parte, el comercio formal comprende aquel regulado por el Estado en el código de comercio, sujeto a la normativa legal vigente, y declarado con periodicidad ante los organismos fiscales competentes. La importancia del comercio formal es que este tiene la capacidad de impulsar la economía de un país, dinamizarla, diversificarla, y producir riqueza para los ciudadanos.

Además se puede encontrar otros tipos de comercio:

Comercio justo

El comercio justo es un sistema que se sustenta en una relación comercial voluntaria, ética, respetuosa y justa entre productores y consumidores. Promueve mayor equidad en el comercio internacional, es decir: el derecho de los productores de tener mejores condiciones comerciales, así como el de los trabajadores de tener una participación adecuada de los beneficios y mejores condiciones sociales.; potencia la posición económica de los pequeños productores y propietarios (especialmente los pertenecientes a países en vías de desarrollo), con el objetivo de evitar su marginación de la economía mundial; todo ello ajustado al marco jurídico correspondiente, con condiciones laborales dignas, y bajo un esquema de políticas medioambientales y de desarrollo sustentable.

En este sentido, el comercio justo busca cambiar las reglas y hábitos convencionales del comercio internacional hacia prácticas más justas y equitativas, por esta razón, es promovida por organismos no gubernamentales, movimientos sociales y políticos, e incluso por la Organización de las Naciones Unidas.

Comercio exterior

⁷ Concepto de comercio. Definición, Significado y Qué es. Disponible en: <http://definicion.de/comercio/#ixzz40Yudds4b>

⁸ Tipos de Comercio. Significados. Disponible en: <http://www.significados.com/comercio/>

Se denomina el conjunto de las transacciones comerciales, basadas en el intercambio de productos, bienes y servicios, entre un Estado con otro u otros Estados. Este tipo de relación puede ser de exportación (vender) o importación (comprar). El comercio exterior propicia la generación de riquezas a raíz de las exportaciones, así como la satisfacción de necesidades internas en la compra de productos, bienes o servicios que puedan abastecer o cubrir demandas en el mercado interno. Como tal, el comercio exterior se encuentra sujeto a una serie de normas, tratados, convenios y acuerdos internacionales, que comprenden un conjunto de procedimientos y normativas relativos a los intercambios de importación o exportación.

Comercio interno o interior

Se denomina aquel que involucra el conjunto de transacciones comerciales, relativas a venta, compra e intercambio de bienes y servicios, que se efectúa entre los ciudadanos y empresas que se encuentran dentro de los límites del mismo Estado y que, en consecuencia, se encuentran sujetos a una misma normativa jurídica.

Se divide en comercio interno nacional, que comprende el conjunto de las transacciones comerciales que se registran dentro del país en cuestión, y comercio interno local, que es el relativo a las operaciones comerciales que se efectúan únicamente dentro de una localidad específica.

Comercio electrónico

El comercio electrónico, comercio digital o e-commerce, se refiere a aquel tipo de transacción entre personas y empresas que involucra la compra, venta o intercambio de productos, bienes o servicios, que se desarrolla a través de redes informáticas, fundamentalmente internet, y cuyo sistema de pago es también electrónico, más usualmente mediante tarjetas de crédito.

Ilustración 2 Comercio Electrónico



Fuente: <http://www.altonivel.com.mx/46454-mejora-los-servicios-de-comunicacion-de-tu-empresa.html>

Tipos de Comercio Electrónico⁹

Existen variados criterios para calificar o puntualizar una definición de Comercio Electrónico, la mayoría de los criterios son concordantes y muy pocos los que no lo están pero en esta materia nadie tiene la última palabra ya que el Comercio Electrónico ha evolucionado y seguirá evolucionando, pero

⁹ Tipos de comercio electrónico. Disponible en: http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/comercio_electronico/Unidad1/contenido3.htm

la base filosófica difícilmente podrá hacerlo, se piensa que la semilla fue plantada y que cada uno aportará lo suyo para ver crecer y desarrollar este concepto o esta nueva forma de vida del comercio mundial.

Se ha realizado una clasificación del Comercio Electrónico de acuerdo a dos factores: de acuerdo a los agentes que intervienen y de acuerdo al tipo de transacción.

Clasificación Según los Agentes que Intervienen en la Transacción

Comercio Electrónico B2C Business to Consumer:

(Empresa a Consumidor): Este tipo de comercio se produce entre una empresa y un consumidor final que consume el bien o servicio, esto es, no lo transforma en algo distinto para venderlo o traspasarlo a otro actor del ciclo de negocios.

En este tipo de comercio existen tres componentes que lo caracterizan:

- Back Office
- Presentación en el Web para facilitar la compra
- Mejor precio y mayor variedad.

El concepto de back Office se refiere a todo el proceso de recibir una orden de compra, procesarla, recoger la mercancía, empaquetarla, preparar su entrega, enviarla, entregarla y cobrarla, terminando con ella la transacción.

El comercio Electrónico B2C no solamente radica en tener un catálogo en Internet con la idea de que se pueda comprar en línea, pagando mediante una tarjeta de crédito, la importancia es el procesamiento de pedidos de compra mediante Internet y su entrega.

Otro aspecto importante es el componente logístico, esto implica que si el cliente no recibe lo que solicitó o este no llega en el plazo estipulado o no es posible su devolución, recuperando el importe pagado, es muy seguro que se está enfrentando a una venta frustrada, que tendrá implicancias muy negativas sobre todo en el mercado Latinoamericano donde aún no se consolida totalmente, aumentando la desconfianza sobre una compra mediante Internet.

Comercio Electrónico B2B Business to Business:

(Empresa a Empresa): Este tipo de comercio se realiza entre dos empresas.

Ejemplo de este comercio sería entre la transacción comercial de un supermercado y una distribuidora de un producto determinado.

Comercio Electrónico C2C Consumer to Consumer:

(Consumidor a Consumidor): En este tipo de comercio intervienen dos consumidores finales, uno de los cuales se deshace de algo que le pertenece a favor de otro.

Ejemplo de este tipo de comercio podría ser cuando un particular desea vender su auto, artículo de su propiedad, a otro particular que desee comprarlo.

Comercio Electrónico B2G Business to Government:

(Empresa a Gobierno): La transacción es entre la empresa y organización estatales. En Chile, a la fecha es el más desarrollado, Ejemplo de este tipo de negocio es la incorporación del pago de IVA y de impuestos a la renta en Internet.

En el caso de la venta que se realiza entre una empresa y un profesional, aún no está totalmente delimitado si es B2C o B2B, pero la lógica indica que si se trata de comprar para el negocio o para incorporar al negocio, es una transacción B2B, mientras que si se trata de una compra para consumo personal, se trata de B2C. No es la naturaleza del bien lo que determina el tipo de comercio electrónico, sino el fin por el cual se desarrolla, por ejemplo, si un Profesional compra un pasaje de avión para ir a un congreso de su especialidad, está haciendo una transacción B2B, mientras que si es para ir de vacaciones, es B2C.

Aún se piensa que el comercio electrónico es especialmente recomendable para desarrollar transacciones del tipo B2C. Sin embargo, el comercio B2B es hoy en día la principal modalidad de comercio electrónico, de hecho, un 70% de las transacciones que se realizan a través de la red son del tipo B2B, lo que seguirá aumentando en el futuro. Esto se explica en la medida en que es en B2B donde la información y los procesos de compra y venta son determinantes para la formación del valor agregado y, en definitiva, disminuir los costos y los precios.

Ilustración 3 Ventajas del Comercio Electrónico



Fuente: <http://www.altonivel.com.mx/46454-mejora-los-servicios-de-comunicacion-de-tu-empresa.html>

Ventajas del comercio electrónico¹⁰

- **Deslocalización del punto de compra-venta:** Gracias a que el proceso de compra-venta se realiza en internet, cada una de las partes puede estar en un lugar distinto y a tiempos distintos. Eso significa tiendas abiertas 24/7 y mayor comodidad para comprador y vendedor. Desaparecen las tiendas físicas en favor de las tiendas virtuales, e incluso desde puntos de venta tradicionales se lleva tráfico a pasarelas web, un fenómeno conocido como showrooming.
- **Flexibilidad en los medios de pago:** Internet permite aunar todos los medios de pago disponibles, facilitando tanto electrónicos como tradicionales. Se puede efectuar pago en efectivo –como es el pago contra reembolso–, pero sobretodo con medios bancarios –tarjeta de crédito o débito o transferencia– o a través de nuevos intermediarios nacidos en internet como Paypal o incluso bitcoin.
- **Creación de nuevas relaciones comerciales:** El e-commerce democratiza el acuerdo comercial. Con ello, se establecen relaciones C2C (Consumer to Consumer, de consumidor a consumidor), B2B (Business to Business, de empresa a empresa), B2C (Business to Consumer, de empresa a consumidor), e incluso C2B (Consumer to Business, de consumidor a empresa) donde un particular puede vender a un negocio, pues se diluye el papel entre cliente y proveedor al operar ambos bajo el mismo marco transaccional, sin apenas barreras de entrada.
- **Aumento gama de productos:** A través de un solo punto, la pantalla, se tiene acceso a un abanico casi infinito de proveedores, y con ello la gama de productos más amplia posible. Esto permite comparar y contrastar opciones a tiempo real, y escoger lo que más se ajuste a las necesidades concretas.

¹⁰ Ventajas del comercio electrónico. 6 ventajas del comercio electrónico. Disponible en: <http://victorronco.com/6-ventajas-del-comercio-electronico/>

- **Acceso a un mercado global:** El abaratamiento de los transportes y la globalización ya hicieron posible el comercio intercontinental. Ahora el e-commerce ha hecho tremendamente fácil el contacto entre compradores y vendedores, rompiendo las fronteras y poniendo a un solo click un mercado verdaderamente global.
- **Reducción de costes y precio final:** Por parte del vendedor, se ha mejorado la logística con la rentabilización de las rutas de distribución o reducción de intermediarios entre otros, lo que ha permitido abaratar los costes. A ello se suma una mayor competencia, lo que favorece a que el comprador se beneficie de un precio final más reducido.

Otras Ventajas del comercio electrónico en las empresas¹¹

- **Genera lealtad con los clientes.** No existen muchas empresas que ofrezcan una buena experiencia de compra electrónica, incluso todavía hay miles que no tienen presencia en línea. Esta es una oportunidad para lograr que tus clientes disfruten esa experiencia, a través de ofrecerles un amplio catálogo de productos, buenos precios y facilidad en el uso de las plataformas, así como las diversas opciones de pago principalmente.
- **Atención y Garantía de Satisfacción Total.** Los sitios de e-commerce conocen la importancia de la atención al cliente y saben que en la mayoría de los casos hasta no ver o tocar un producto es como se toma la decisión final de compra, por ello cuenta con un chat para asesorarte durante la elección del producto, así como una Garantía de Satisfacción Total, en la que los clientes tienen 30 días después de que les llegue el producto para devolverlo y pedir el reembolso de su dinero si los artículos no cumplieron con las expectativas. Si un cliente está satisfecho con su experiencia de compra del algún producto seguramente regresará al sitio y hará su recomendación a través del "word of mouth".
- **Mayor alcance de público.** Al comprar y vender por Internet, los productos están al alcance de todos desde cualquier lugar y a cualquier hora los 365 días de año. Además, en Internet hay más de 350 millones de usuarios activos, es decir cuenta con un público mucho mayor que los que podrían transitar por una tienda física. Sin lugar a dudas, las posibilidades de crecimiento y el alcance de internet son espectaculares.
- **Seguridad para el vendedor y el comprador.** Una de las principales causas por las que los internautas aún no se atreven a comprar en línea, es por el desconocimiento y/o desconfianza en el uso de los sistemas de pago online; sin embargo, vendiendo a través de plataformas electrónicas tienes la seguridad de que cuenta con el sello de confianza otorgado por Amipci. Con esto proteges los datos de tus usuarios y evitas que los de su tarjeta sean utilizados con fines maliciosos. Si los usuarios tienen la seguridad de realizar compras online con su tarjeta de crédito, las ventas por ende aumentan, pues los clientes podrán disfrutar de grandes beneficios como rebajas y/o facilidades de pago.
- **Facilidad de entrega de productos.** Algunos usuarios consideran que un riesgo de las compras por Internet, es que la mercancía no llegue bien o a tiempo, pero cada vez existen más empresas de logística que ofrecen servicios de entrega rápidos, eficaces y seguros, con precios accesibles. También puedes utilizar una plataforma que cuente con rastreo de pedido, para que tus clientes comprueben el estado del envío de su producto, y tengan la confianza de que su compra llegara en tiempo y forma.
- **Mayor participación en la cartera de los clientes.** Otro de los beneficios que reciben las empresas al vender por Internet, es que generan mayor participación en la cartera de los clientes, pues el 50% de los usuarios investiga los productos en Internet antes de buscarlos en la tienda física, por lo que es importante para cualquier compañía crear vínculos e interacción con el consumidor a través de internet, pues es una parte relevante en su proceso de compra.

Desventajas del comercio electrónico¹²

¹¹ Otras Ventajas. 7 beneficios del e-commerce en las empresas. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/7-ventajas-que-tu-empresa-debe-saber-sobre-el-e-commerce/>

- **Desconocimiento de la empresa.** No conocer la empresa que vende es un riesgo del comercio electrónico, ya que ésta puede estar en otro país o en el mismo, pero en muchos casos las "empresas" o "personas-empresa" que ofrecen los productos o servicios por Internet ni siquiera están constituidas legalmente en su país y no se trata más que de gente que esta "probando suerte en Internet".
- **Forma de Pago.** Aunque ha avanzado mucho el comercio electrónico, todavía no hay una transmisión de datos segura el 100%. Y esto es un problema pues nadie quiere dar los datos de la Tarjeta de Crédito por Internet. De todos modos se ha de decir que ha mejorado mucho este proceso con la encriptación de datos para darle mayor seguridad al cliente.
- **Intangibilidad.** El cliente no puede mirar, tocar, hurgar. Aunque esto no sea sinónimo de compra, siempre ayuda a realizar una compra.
- **El idioma.** A veces las páginas Web que se visita están en otro idioma distinto al nuestro; a veces, los avances tecnológicos permiten traducir una página a nuestra lengua materna. Con lo cual se podría decir que éste es un factor "casi resuelto". (Hay que añadir que las traducciones que se obtienen no son excelentes ni mucho menos, pero por lo menos nos ayudan a entender de que nos están hablando o que nos pretenden vender).
- **Conocer quien vende.** Ya sea una persona o conocer de qué empresa se trata. En definitiva saber quién es, como es, entre otros. Simplemente es una forma inconsciente de tener más confianza hacia esa empresa o persona y los productos que vende.
- **Poder volver (post y pre-venta).** Con todo ello se puede reclamar en caso de ser necesario o pedir un servicio "post-venta". Al conocerlo se sabe dónde poder ir. El cliente espera recibir una atención "pre-venta" o "post-venta".
- **Privacidad y seguridad.** La mayoría de los usuarios no confía en el Web como canal de pago. En la actualidad, las compras se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, pero aún no es seguro introducirlo en Internet sin conocimiento alguno. Cualquiera que transfiera datos de una tarjeta de crédito mediante Internet, no puede estar seguro de la identidad del vendedor. Análogamente, éste no lo está sobre la del comprador. Quien paga no puede asegurarse de que su número de tarjeta de crédito no sea recogido y sea utilizado para algún propósito malicioso; por otra parte, el vendedor no puede asegurar que el dueño de la tarjeta de crédito rechace la adquisición. Resulta irónico que ya existan y funcionen correctamente los sistemas de pago electrónico para las grandes operaciones comerciales, mientras que los problemas se centren en las operaciones pequeñas, que son mucho más frecuentes.

Desventajas del comercio electrónico en las empresas

- Menor comunicación entre vendedor y consumidor.
- Hackers.
- Crackers.

Otras desventajas¹³

- La competencia es mucho mayor, ya que cualquier puede poner en marcha un negocio de comercio electrónico (al menos en teoría).
- Todavía hay muchos consumidores reacios a comprar sin ver el producto y que no confían en los pagos online.

¹² Desventajas del comercio electrónico. Universidad Nacional Abierta y a distancia. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/ContLin/ventajas_y_desventajas_del_comercio_electronico.html

¹³ Desventajas del comercio electrónico. Actualidad Ecommerce. Disponible en: <http://www.actualidadecommerce.com/ventajas-y-desventajas-del-ecommerce-frente-al-comercio-tradicional/>

- Los gastos de envío son caros cuando el volumen de negocio es pequeño, y esto es una gran desventaja para los negocios pequeños.
- La fidelización del cliente es mucho más difícil y exige una estrategia profesional.
- Promocionar una tienda online exige más trabajo personal que promocionar una tienda a pie de calle.
- La seguridad del sitio puede dar muchos quebraderos de cabeza al empresario.
- No todos los productos que se pueden vender en línea son igual de rentables, y hay que valorar muy bien la estrategia de comercialización.
- Los consumidores quieren tenerlo todo: el mejor precio, el mejor servicio y una atención personalizada. Competir en estos términos es cada vez más complicado para las pequeñas empresas frente a las grandes.

2. CONCLUSIONES

El Comercio Electrónico o también llamado comercio digital o e-commerce que se realiza a las transacciones de personas y empresas que involucran la compra, venta intercambio de productos, bienes o servicios que se efectúa.

Los tipos de Comercio Electrónico según los agentes que intervienen en la transacción son Comercio Electrónico Business to Consumer con los tres componentes: back office, presentación en el web para facilitar la compra y por último mejor precio y mayor variedad, Comercio Electrónico Business to Business que se utiliza como una transacción a un supermercado de una empresa distribuidora, también existe el Comercio Electrónico Consumer to Consumer por la venta de un vehículo a otra persona que desea comprar. Comercio Electrónico Business to Government para pagos de IVA e impuestos realizados en el Internet.

Entre las ventajas del comercio electrónico se obtiene la deslocalización del punto de compra venta, la flexibilidad en los medios de pago y la creación de las nuevas relaciones comerciales, aumento de la gama de productos, el acceso a un mercado global y la reducción de costos y precios finales para que el comprador se beneficie por el precio más bajo y lo más importante genera lealtad con los clientes, atención y garantía de satisfacción total.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Comercio. Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/comercio.php>
- Definición de Empresa. Debitoor. Disponible en: <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>
- TICS. Las Tic como apoyo a la educación. Disponible en: <http://docencia.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=209097>
- Definición de empresa. Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/empresa.php>
- Definición de Empresa. Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall.
- Definición de TICS. Servicios TIC. Disponible en: <http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html>
- Concepto de comercio. Definición, Significado y Qué es. Disponible en: <http://definicion.de/comercio/#ixzz40Yudds4b>
- Tipos de Comercio. Significados. Disponible en: <http://www.significados.com/comercio/>
- Tipos de comercio electrónico. Disponible en: http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/comercio_electronico/Unidad1/contenido3.htm
- Ventajas del comercio electrónico. 6 ventajas del comercio electrónico. Disponible en: <http://victorronco.com/6-ventajas-del-comercio-electronico/>
- Otras Ventajas. 7 beneficios del E-commerce en las empresas. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/7-ventajas-que-tu-empresa-debe-saber-sobre-el-e-commerce/>
- Desventajas del comercio electrónico. Universidad Nacional Abierta y a distancia. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/ContLin/ventajas_y_desventajas_del_comercio_electrnico.html
- Desventajas del comercio electrónico. Actualidad E-commerce. Disponible en: <http://www.actualidadecommerce.com/ventajas-y-desventajas-del-ecommerce-frente-al-comercio-tradicional/>