



Comercio electrónico:
a solo un clic 
del **“boom”**

Luis Ángel Camacho Lara

“ Desde una perspectiva de proceso de negocio, Comercio Electrónico es la aplicación de la tecnología hacia la automatización de transacciones comerciales y de flujo de trabajo ”



(Kalakota & Whinston, 1997, pág. 3) definen E-commerce desde las siguientes perspectivas:

- Desde una perspectiva de comunicaciones, el Comercio Electrónico es la entrega de bienes, servicios, información o pagos a través de redes informáticas o por cualquier otro medio electrónico.
- Desde una perspectiva de proceso de negocio, Comercio Electrónico es la aplicación de la tecnología hacia la automatización de transacciones comerciales y de flujo de trabajo.
- Desde una perspectiva de servicio, Comercio Electrónico es una herramienta que direcciona el deseo de las empresas, los consumidores y la gestión para reducir los costos de servicio al tiempo que mejora la calidad de los bienes y el aumento de la velocidad de la entrega del servicio.
- Desde una perspectiva online, Comercio Electrónico proporciona la capacidad de compra y venta de productos y la información en Internet y otros servicios en línea.

“From a business process perspective, e-Commerce is the application of technology towards the automation of business transactions and workflow”

(Kalakota & Whinston, 1997, p.3) define E-commerce from the following perspectives:

- From a communications perspective, Electronic Commerce is the delivery of goods, services, information or payments through computer networks or by any other electronic means.
- From a business process perspective, Electronic Commerce is the application of technology towards the automation of business transactions and workflow.
- From a service perspective, E-Commerce is a tool that directs the desire of companies, consumers and management to reduce service costs while improving the quality of goods and increasing the speed of delivery of the service.
- From an online perspective, E-Commerce provides the ability to purchase and sell products and information on the Internet and other online services. Understanding the concept of E-commerce, its function, and perspectives, you can know how much impact it has had today.



“ Hoy en día se puede acceder desde Internet a la inmensa mayoría de productos y servicios existentes en el mercado. Sean productos tangibles o intangibles (servicios) no hay prácticamente nada que no se pueda comercializar a través de Internet ”



Entendido el concepto de E-commerce, su función, y perspectivas, se puede saber qué tanto impacto ha tenido actualmente.

Hoy en día se puede acceder desde Internet a la inmensa mayoría de productos y servicios existentes en el mercado. Sean productos tangibles o intangibles (servicios) no hay prácticamente nada que no se pueda comercializar a través de Internet.

Dentro del E-commerce no se puede dejar de lado las diferentes formas de hacer comercio electrónico, como "Business to Business", este tipo de comercio se da entre empresas, ya sean fabricantes y distribuidores, pero no intervienen los consumidores finales, aquí interactúan: empresa, Internet y empresa. Con este método se agiliza el tipo de negociación, reduce costos de compra y transacción, permite ampliar tu mercado, una mayor internacionalización y compras rápidas y seguras. Empresas como Fedex, Wells Fargo y General Motors son actores de este tipo de comercio, por mencionar algunos.

También existe el "**Business yo Consumer**" que es la relación comercial que se da entre la empresa y el cliente final por medio de Internet, empresa, Internet y consumidor. Se tienen ventajas como rápidas y cómodas compras, ofertas y precios actualizados Centros de atención al cliente están integrados en la web y las telecomunicaciones por banda ancha han mejorado la experiencia de compra. Empresas como Amazon.com, Despegar.com, Best Buy, etc.

"Today, the vast majority of products and services on the market can be accessed from the Internet. Whether they are tangible or intangible products (services) there is practically nothing that cannot be commercialized through the Internet"

Nowadays, the vast majority of products and services on the market can be accessed from the Internet. Whether tangible or intangible, products, (services) there is practically nothing that cannot be commercialized through Internet.

Within the E-commerce cannot be left aside the different ways of doing e-commerce, such as "Business to Business", this type of commerce is between companies, manufacturers and distributors, but do not involve the final consumers, here interact : Company, Internet and company. With this method the type of negotiation is quickened, it reduces purchase and transaction costs, it allows to enlarge your market, a greater internationalization and fast and safe purchases. Companies like Fedex, Wells Fargo and General Motors are actors of this type of trade, to mention a few.

There is also the "**Business and Consumer**" which is the business relationship between the company and the end customer through the Internet, company, Internet and consumer. They have advantages such as quick and convenient purchases, offers and updated prices. Customer service centers are integrated in the web and broadband telecommunications have improved the shopping experience. Companies like Amazon.com, Despegar.com, Best Buy, etc.





"Business to Employee" es otro tipo de comercio electrónico que trata sobre, la relación comercial por medios electrónicos que existe entre empresas y sus empleados, empresa, Internet y empleado. Avon es referente por usar este tipo de comercio.

"Consumer to Consumer" relación comercial electrónica que se da de consumidor a consumidor, consumidor, Internet y consumidor. Aquí es donde más auge ha tomado el comercio electrónico, gracias a sitios de Internet, tales como MercadoLibre.com, eBay y últimamente Facebook siendo una plataforma que se utiliza para la venta y compra de artículos y servicios.

En México este mercado vale hoy más de 16,000 millones de pesos (mdp), y se desarrolla en un entorno de pocos jugadores con un crecimiento de nicho que registra una abrumadora tasa anual del 40%.

Según un análisis de eMarketer, se espera que el comercio electrónico rebase los 100,000 mdp para 2016. Frente a este dato, podría pensarse que el e-commerce es una tierra absolutamente desconocida para los mexicanos y que está a la espera de que alguien vaya a su conquista. Hoy, se facturan 80,000 mdp anuales en comercio electrónico, apenas 10% de lo que registra el sector offline de autoservicios que ronda en los 860,000 mdp.

"Business to Employee" is another type of electronic commerce that deals with the electronic business relationship between companies and their employees, company, Internet and employee. Avon is a reference for using this type of trade.

"Consumer to Consumer" electronic business relationship from consumer to consumer, consumer-Internet and consumer. This is where most e-commerce has taken, thanks to Internet sites such as MercadoLibre.com, eBay and ultimately Facebook being a platform that is used for the sale and purchase of articles and services.

In Mexico, this market is worth more than 16,000 million pesos, and it is developed in a few players with a niche growth that registers an overwhelming annual rate of 40%.

According to an e-Marketer analysis, e-commerce is expected to exceed 100,000 million pesos by 2016. Faced with this, one might think that e-commerce is a land absolutely unknown to Mexicans and that it is waiting for someone to go to his conquest. Today, 80,000 million pesos in e-commerce are billed annually, barely 10% of what the offline self-service sector registers at around 860,000 million pesos.

According to trends, 15 million credit card users would reach 100,000 million pesos, but if the mathematics did not fail and the 90 million debit cards were enabled, sales would double, That is, in a click would reach 160,000 million pesos.

