

E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial



EL COMERCIO ELECTRONICO

Actualmente estamos bastante involucrados en Tecnologías, Información y Comunicación por medios, objetivos y efectividad bastante diversos. El comercio existe desde mucho antes que se establezcan reglas, políticas y modelos de comercio, como los que conocemos y usamos actualmente.

El desarrollo de las nuevas tecnologías y su aplicación al mundo de los negocios conlleva una filosofía de empresa diferente, una forma de entender el mercado que va más allá de la compraventa de productos y servicios, y en la que el cliente no sólo es el centro de todas las acciones, sino que abandona su papel de receptor de información y se convierte en un consumidor activo que busca aquello que necesita entre una oferta prácticamente infinita.



Este hecho está representando una auténtica revolución no sólo en lo que se refiere a procedimientos de producción y gestión, sino que es un auténtico reto para las ventas que pone al alcance de las empresas nuevos canales de promoción de los productos y servicios que funcionan en entornos de competitividad prácticamente perfecta.

Es así, que el Comercio Electrónico representa el avance de una tecnología que acapara la atención del mundo entero. Y nos preguntamos, ¿Por qué se le ha tomado tanto interés?. El Comercio Electrónico se ha constituido en un elemento vital en el desarrollo y un instrumento esencial para la promoción del progreso económico, cultural y tecnológico a nivel mundial.

En nuestro país, el Comercio Electrónico ha tomado tal fuerza, gracias al proceso de privatización de nuestra economía, que se ha permitido que las tecnologías informáticas adopten un desarrollo que hasta hace unos años no era el esperado, es por ello que el desarrollo del mercado se ha convertido en el principal ámbito de su crecimiento, pero esta tecnología sigue siendo nueva aún y en la medida en que crezca veremos lo importante que es y lo será en nuestro medio.

Definido de una forma muy amplia e ideal, comercio electrónico o e-commerce es una moderna metodología que da respuesta a varias necesidades de empresas y consumidores, como reducir costes, mejorar la calidad de productos y servicios, acortar el tiempo de

E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial



EL COMERCIO ELECTRONICO

entrega o mejorar la comunicación con el cliente. Más típicamente se suele aplicar a la compra y venta de información, productos y servicios a través de redes de ordenadores.

En los últimos tiempos el termino se presenta siempre como invariablemente ligado al desarrollo de Internet, se dice que la mensajería electrónica o e-mail fue el primer incentivo para que Internet se convirtiese en una herramienta habitual en la vida de mucha gente, y que el comercio electrónico podría ser ese segundo gran empujón que la red necesita para que su uso se convierta de verdad en algo general y cotidiano.

Tomando de la definición el primer término, se habla de la compra y venta de información, productos y servicios. Esa primera clasificación podría resultar un tanto artificial: ¿no es acaso la información un producto o servicio como tantos otros? La distinción, en este caso, es debida al canal. El comercio electrónico es “completo”, o cubre todos sus estadios, cuando un producto puede ser localizado, comparado, pagado y obtenido a través de un medio electrónico como Internet, pongamos por caso la edición electrónica de este mismo artículo que está usted leyendo: uno se conecta a la red, ve que oferta de artículos hay, se decide por E-PIURA – EL COMERCIO ELECTRONICO, y lo lee. Todo el ciclo se ha desarrollado electrónicamente, y si hubiese habido un pago, también podría haberse realizado electrónicamente. Esto es posible porque el “producto” que E-PIURA “vende” es información, y por tanto es reducible a bits, bits que almacenarán texto, imágenes, sonidos o vídeos, pero bits al fin y al cabo, susceptibles de ser transportados por una red electrónica.

Pensemos ahora en una empresa de autos: uno puede conectarse a la red, ver que autos hay, decidirse por alguno, verlo, adaptarlo a sus preferencias, ponerle el color, la tapicería y los extras que quiera y ver cuánto le cuesta. Podría hasta pagarlo, pero en el momento final, alguien tendrá que moverse para ir a buscar el coche porque, nos pongamos como nos pongamos, un coche no es reducible a bits, sino a átomos. Los mercados electrónicos no son inaccesibles si nuestro producto no son bits, simplemente son distintos, y a efectos de cliente, mecanismos y diseños habrá que tenerlo en cuenta.

La característica del Comercio Electrónico es pues que la contratación, es decir, la oferta y la aceptación de la misma, se realizan ON - LINE, existiendo la alternativa de efectuarse el pago también ON - LINE.

El Comercio Electrónico se asienta básicamente en el marco legal, en un desarrollo constante aunque escaso aún, que dictará los aspectos de privacidad, seguridad y acceso a la información y, por otro, el marco tecnológico, los estándares técnicos para la transmisión de información, los medios o canales para transmitirla y sus limitaciones. Entre estos dos pilares fundamentales se asienta la necesidad de un sistema de prácticas habituales o “códigos de uso”, como esquemas de seguridad en las transacciones, autenticación,

E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial



EL COMERCIO ELECTRONICO

copyright, medios de pago electrónicos o uso de directorios y catálogos, o el desarrollo de sistemas de marketing adecuados a este nuevo canal.

El comercio Electrónico tiene sus ventajas tanto para el consumidor como para la empresa siendo la principal que la dualidad espacio-tiempo se acorta tremendamente, aún cuando no se puede eliminar por completo, dependiendo del tipo de transacción que se ejecute y el modelo de negocio vigente en ese momento. Entonces, las ventajas son:

1. COSTOS:

- ✓ Reducción en costos de inventarios.
- ✓ Reducción en costos administrativos.
- ✓ Reducción en costos de transportación.
- ✓ Reducción en costos de oficina.
- ✓ Reducción en costos de operación.

2. TIEMPO:

- ✓ Reducción directa en todo el ciclo de negocio.
- ✓ Intercambio de información a cualquier hora.
- ✓ Menor tiempo en aclaraciones.
- ✓ Reducción de tiempo en el proceso para dar de alta la información en los sistemas administrativos.
- ✓ Menor tiempo dedicado a la conciliación de diferencias/errores.
- ✓ Disminución de tiempo administrativo.

3. EFICIENCIA:

- ✓ Reducción de los niveles de inventarios y faltantes.
- ✓ Mejor planeación para recepción/embarque.
- ✓ Mejor utilización de espacios en almacén.
- ✓ Proyección más exacta de inventarios.
- ✓ Reducción de errores en los mensajes y las acciones correctivas resultantes.
- ✓ Mejores situaciones de órdenes pendientes y devoluciones.
- ✓ Incremento en el nivel de servicio a clientes y proveedores.
- ✓ Automatización de la información.

4. INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD:

- ✓ Tiempo para que los vendedores “vendan” en lugar de levantar pedidos.
- ✓ Menos tiempo en la solución de discrepancias de órdenes/facturas.
- ✓ Mejor información sobre el estado de los documentos.
- ✓ Más oportunidad en compras alternativas.
- ✓ Aumento de la productividad personal.

E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial



EL COMERCIO ELECTRONICO

En términos generales las ventajas de el Comercio electrónico afectan a los siguientes factores económicos y empresariales:

- ✓ Las PYMES, MYPES y Grandes empresas pueden mostrar sus catálogos en línea y vender sus productos, sin incurrir en altas inversiones; Comunicación directa con los clientes, sin intermediarios.
- ✓ El inventario físico se puede trabajar en muy pequeñas cantidades y hasta anularlo, teniendo solo en cuenta rápidas soluciones de distribución.
- ✓ La imagen de la empresa se torna un baluarte importantísimo y de mucho valor que tiene que estar en constante mejoramiento frente a estrategias de los competidores.
- ✓ Disminución de costos (administrativos, de transacción, marketing, etc.)
- ✓ Mejor gestión informativa con el entorno.
- ✓ Posibilidad de acceso rápido a mercados distantes.
- ✓ Facilidad de encontrar nuevas posibilidades de negocios.
- ✓ Eliminación de Intermediarios.
- ✓ Rapidez en el manejo transacciones

El Comercio Electrónico se puede clasificar dependiendo de quienes intervienen en dicho comercio ó transacción, y los mas conocidos son:

- EMPRESA-EMPRESA: Conocido como B2B (business to business). Relación electrónica entre dos empresas. Intercambio comercial entre proveedores y distribuidores, en esta relación ambos son empresas u organizaciones.
- EMPRESA-CONSUMIDOR: Conocido como B2C (business to consumer). Comercio entre empresas y consumidores finales.
- EMPRESA-ADMINISTRACIÓN: Conocido como B2A (business to administration). Se conoce también como Empresa-Gobierno.



E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial



EL COMERCIO ELECTRONICO

Cubre las relaciones entre las empresas y organizaciones gubernamentales.

- CONSUMIDOR-ADMINISTRACIÓN: Conocido por C2A (consumer to administration) y cubre las relaciones entre individuos y gobierno, aunque su uso no está muy extendido.
- CONSUMIDOR-EMPRESA: Conocido por C2B (consumer to business) y en este caso es el cliente individual quien inicia la relación comercial con la empresa.
- CONSUMIDOR-CONSUMIDOR: Conocido como C2C (consumer to consumer) y se trata de una relación comercial entre dos personas naturales.



Es frecuente que las personas confundan y hasta creen iguales al comercio electrónico (llamado en inglés e-commerce) y al negocio electrónico (conocido por su acrónimo en inglés e-business de electronic business), sin embargo nos referimos a conceptos diferentes.

Negocio electrónico o e-business, se refiere al conjunto de actividades y gestión empresarial que surge al incorporar a los negocios las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y especialmente Internet, así como una nueva organización descentralizada. (Procesos ó Negocios)

El e-business surgió a mediados de la década de los años 1990; generó un cambio en las actividades que ponen en contacto clientes, proveedores y socios como el marketing y ventas, la producción y logística, gestión y finanzas.

En este momento podemos comprender que el e-bussiness es un concepto general que abarca al e-commerce, y también incluye a aplicaciones como e-payment, elogistics, front-and-back-office entre otros.

- E-payment se refiere al pago en forma remota, generalmente con algún componente como intermedio electrónico, por ejemplo el pago con tarjeta de crédito o débito, dinero electrónico, transferencias entre cuentas bancarias son ejemplos de esta herramienta.

E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial

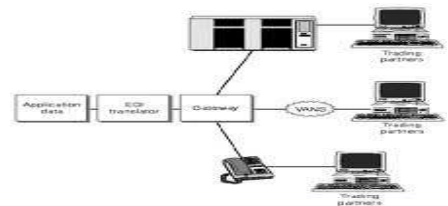


EL COMERCIO ELECTRONICO

- E-logistics consiste en utilizar Internet para la logística, es decir, para controlar el flujo de materiales, productos, gestión de stock, seguimiento del proceso de fabricación, entrega, etcétera.
- Front-and-back-office se refiere a la integración de la información en dos áreas: atención al público (front-office) / administración o apoyo administrativo (back-office). La diferencia esencial es que el front-office representa las tareas relacionadas con las tareas de atención directa al cliente (en un banco: cajero, asesor de crédito, en el hotel: recepción, en comercio: salón de ventas) y el back-office se refiere a las tareas de administración interna (contabilidad, personal, etcétera.). Los términos se refieren al trabajo que se realiza y no a la ubicación de las oficinas. Front office se refiere a todas las operaciones que tienen que ver con el cliente o el público en general. Back office se refiere a todas las operaciones y tareas que mantiene viva la administración de la empresa.

El e-business comprende el uso de tecnologías EDI, CRM o ERP para poder lograr las aplicaciones anteriores; así como su integración mediante nuevas actividades estratégicas como Business Intelligence o Knowledge Management.

- EDI (proviene de Electronic Data Interchange) es el intercambio electrónico de datos estructurado de computadora a computadora y de aplicación a aplicación, utilizando un formato estándar para los documentos comerciales.



- CRM (de la sigla del término en inglés Customer Relationship Management), en nuestro contexto significa administración de las relaciones con los clientes. Existe software para dar seguimiento a esta relación con el cliente.



- ERP: Los sistemas de planificación de recursos empresariales (en inglés ERP, Enterprise Resource Planning) son sistemas de gestión de información que integran y automatizan muchas de las prácticas de negocio asociadas con los aspectos operativos o productivos de una empresa.



- Business Intelligence: Se denomina inteligencia empresarial, inteligencia de negocios o BI (del inglés business intelligence) al conjunto de estrategias y herramientas

E-piura, Desarrollo Profesional y Empresarial



EL COMERCIO ELECTRONICO

enfocadas a la administración y creación de conocimiento mediante el análisis de datos existentes en una organización o empresa.

- Knowledge Management: La Gestión del conocimiento (del inglés Knowledge Management) es un concepto aplicado en las organizaciones, que busca transferir el conocimiento y la experiencia existente entre sus miembros, de modo que pueda ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización.

Piura, Enero 2012

vrojas@e-piura.com

BIBLIOGRAFIA

CONFEDERACION ARGENTINA DE MEDIANA EMPRESA. El Comercio Electrónico. Ing. Lorena Carballo. Argentina. 2011.