

E-COMMERCE: ¡Un espacio sin límites!



AUTOR: Henry Valdiviezo Vásquez

RESUMEN

Se conoce por comercio a toda actividad cuyo fin es la de comprar y vender productos, por este motivo el comercio electrónico o e-commerce consiste en comprar y vender a través de Internet. El término e-commerce procede del inglés de Electronic Commerce y hace referencia al método de compraventa de productos o servicios mediante medios electrónicos y a través de dispositivos que se conectan a la red. Podemos realizar la compra a través de un ordenador, tablet o móvil.

Palabras clave: E-commerce, exportación, compañías digitales, globalización, redes sociales.

El porcentaje de comercio a través de una plataforma virtual se dinamiza con mayor frecuencia y en gran cuantía, gracias a la existencia del internet. Es una extraordinaria herramienta que estimula la creación y utilización de innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, la administración de cadenas de suministro, el marketing digital, el procesamiento de transacciones en línea (OLTP), el intercambio electrónico de datos (EDI), y entre otros, que tienen como resultado final a lo que se conoce como Comercio Electrónico o E-Commerce.

La mayor parte de este tipo de negocio, consiste en la compra y venta de productos o servicios entre personas y empresas, sin embargo un porcentaje considerable del Ecommerce se trata de la adquisición de artículos virtuales (software y derivados en su mayoría), tales como el acceso a contenido "premium" de un sitio web, desde cualquier parte del mundo.

¿Cómo es que se logra un correcto proceso de e-commerce?

Pues, “desde la perspectiva de una empresa que recién está incursionando, un proceso ideal constituye varios pasos: el primero es crear el sitio web (hay opciones gratis para quienes deseen probar sin invertir mucho), desarrollar estrategias de venta que incluyan un plan digital y también offline si el producto o servicio lo requieren, escoger una pasarela de pago que se ajuste a las necesidades del negocio (ofrecer pagos seguros y múltiples medios de pago son de los aspectos más importantes) y medir resultados. Esta última es fundamental para conocer el comportamiento del negocio online y determinar qué acciones impulsan las ventas y el tráfico a la página”, señala Rafael Hospina Ossio.

De acuerdo con una información publicada en el diario Gestión: “El 70% de las empresas digitales del mundo están internacionalizadas, es decir, venden también fuera de las fronteras de sus respectivos países”.

Esto es, comenta el autor de la referida noticia, que: “siete de cada diez compañías creadas en internet ofrecen sus productos o servicios en mercados distintos al de su lugar de origen, ello representa una diferencia fundamental con respecto a las empresas

tradicionales, ya que en la mayoría de los países menos del 10% de firmas se dedican a la exportación.”

Cabe señalar, que en el caso particular de los Estados Unidos de América, por ejemplo, según información obtenida en la página web del Departamento de Comercio, solo el 1% de las compañías venden fuera de sus fronteras. Hoy en día, Perú, es uno de los países en Latinoamérica que continúa registrando crecimiento en e-commerce año tras año. “Ahora vemos a los negocios que ya están en ecommerce queriendo moldear su estrategia de negocio con las nuevas tendencias que impulsan mayor tráfico a sus sitios y también la conversión. Las tendencias más populares estos días son el comercio móvil o m-commerce, que busca conectarse con consumidores desde sus celulares para lograr ventas desde donde sea; la experiencia del usuario, una práctica muy valiosa para entender cómo las personas interactúan con la tecnología y ofrecerles lo que buscan en estos espacios; y el comercio social, que es básicamente la unión entre el e-commerce con las redes sociales. Lo que estas tres tendencias tienen en común es que todas apuntan a diseñar un negocio e-commerce que se adapte al interés y la conveniencia de los consumidores”, advierte Rafael Hospina Ossio.

Publicado el 15 de junio del 2019