

FORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

¿PORQUÉ REALIZAR COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE?

VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

SISTEMA DE PAGO ELECTRÓNICO

¿PORQUÉ REALIZAR COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE?

El comercio electrónico es un arma de venta que nace a partir de las necesidades de empresas que desean llegar a posicionarse en un lugar importante dentro del mercado, proyectándose a nivel local, nacional e internacional y permite optimizar operaciones, realizar ventas en línea y brindar un mejor servicio a sus clientes.

Cualquier empresa, comercio o negocio en general puede vender sus productos o servicios en una tienda virtual. Actualmente se venden billetes de avión, libros, artículos de primera necesidad, ordenadores, o incluso coches, mediante tiendas virtuales. El crecimiento de este tipo de comercio es lento, pero constante en su avance. Tener una tienda virtual está ya pasando de ser una forma de diferenciarse a ser un servicio que muy pocos pueden permitirse no tener.

VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Evidentemente el primer y principal beneficio para las empresas con tiendas virtuales serán las transacciones que se puedan realizar a través del sitio Web de la empresa.
- Además de permitirle desarrollar nuevas relaciones comerciales
- Mejorar los servicios de atención a sus clientes
- Implantarse en nuevos mercados
- Reducir costos de promoción e implantación de sus productos
- Ampliar el rango de prestigio y reconocimiento de su empresa
- Ejecutar transacciones sin tener obstáculos geográficos
- Acceder a nuevos contactos y nuevos mercados
- Facilitar y obtener más control en el intercambio de documentación comercial
- Tener su negocio abierto las 24 horas, los 365 días del año, y con una filial en cualquier lugar del planeta.

TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO:

- **Business to Consumer (B2C):** comercio electrónico que realizan las empresas con los particulares. Potencialmente, tiene un gran recorrido a largo plazo y en la actualidad se va asentando en sectores como la distribución alimentaria. Así, las grandes cadenas de supermercados e hipermercados ya disponen en sus portales de aplicaciones de venta a través de internet. Otro ejemplo en B2C es el mayorista estadounidense de libros, música y otros productos Amazon.com. Su éxito asá por el aseguramiento de los sistemas de pago a través de tarjeta de crédito, si bien en muchos casos se da la posibilidad de otras formas de pago como contra reembolso, en efectivo o la utilización de servicios proporcionados por otras empresas como PayPal
- **Business to Business (B2B):** Son los negocios de Comercio realizados entre Empresas. Contratos EDI (entre empresas, contratando modelos económicos, contratos Asp...). Algunas de las ventajas que aporta el **B2B** para los compradores son:
 - Posibilidad de recibir mayor número de ofertas.
 - Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.
 - Abaratamiento del proceso: menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión
- **Peer to Peer (P2P):** Es el sistema de red en el que los archivos se reparten en diferentes computadoras, los usuarios accedan a éste de uno a otro en vez de por un servidor central. Se da por medio de e-mail o Internet.
- **Consumer/Business to Government (B2C/G):** El Gobierno con las empresas o consumidores.
- **Business to Employee (B2E).** Es la relación comercial que se establece entre una empresa y sus propios empleados. Además el concepto se amplía a la propia gestión remota por parte del empleado de parte de sus responsabilidades dentro de los procesos de negocio de la empresa. Esto podría incluir facturación de comisiones de ventas, introducción de gastos de desplazamiento, etc. Es en definitiva un pequeño portal para la utilización de algunos recursos de la empresa por parte de los empleados de la misma, tanto en su quehacer cotidiano, como en la vida privada. Ventajas del B2E:
 - Reducción de costes y tiempo en actividades burocráticas.
 - Formación on line.
 - Mejora de la información interna.
 - Equipos de colaboración en un entorno web.
 - Agilización de la integración del nuevo profesional en la empresa.
 - Servicios intuitivos de gestión de la información.
 - Soporte para gestión del conocimiento.
 - Comercio electrónico interno.
 - Motivador, potenciador de la implicación del profesional. Fidelización del empleado
- **Business to business to consumer (B2B2C).** Designa una modalidad de comercio electrónico que agrupa el B2B (business to business) y el B2C (business to consumer). Se trata de una versión más sofisticada de lo que podría ser la simple superposición de los dos negocios. Con la misma plataforma online y la misma plataforma de distribución se trata de crear la cadena de valor completa desde que un producto o servicio se fabrica hasta que llega al consumidor final. También se emplea en algunos casos para definir a los mercados llamados "mercados diagonales" en Internet, plataformas en línea (online) que atienden tanto a transacciones comerciales entre negocios como entre negocios y consumidores finales. Por lo general estos mercados diagonales suelen ser proporcionados por fabricantes o mayoristas que proporcionan una diferenciación de precios y condiciones comerciales según se trate de una compra hacia un distribuidor o minorista (otra empresa) o un consumidor final o ciudadano

- **Business to Network to Consumer (B2N2C).**- modelo basado en la utilización de redes de tiendas especializadas en el entorno cercano del consumidor. Estas redes de tiendas forman supermercados unificados virtualmente y distribuidos espacialmente, y ofrecen a los clientes una oferta comparable a la de las grandes superficies clásicas. Especialmente pensado para productos de gran consumo (alimentación, hogar e higiene), aunque este modelo también es aplicable en otros sectores económicos.

SISTEMA DE PAGO ELECTRÓNICO

Un sistema de pago electrónico realiza la transferencia del dinero entre comprador y vendedor en una compra-venta electrónica. Es, por ello, una pieza fundamental en el proceso de compra-venta dentro del comercio electrónico.

Como ejemplos de sistemas de pago electrónico nos encontramos las pasarelas de pago o TPV-virtual para el pago con tarjeta y los sistemas de monedero electrónico.

Los principales retos que presentan los EPS (sistemas de pago electrónicos) en Internet son los siguientes:

1. Encontrar clientes y negocios que se arriesguen en un producto que está todavía en las primeras fases de introducción. Se trata del mayor reto y ha provocado un efecto de "la gallina y el huevo": los Bancos/Compañías de Software no pueden obtener clientes sin vendedores, y a la inversa.
2. Garantizar la seguridad. Este es quizás el mayor problema para la gente interesada en realizar compras electrónicas. La mayor parte de la gente teme dar su número de tarjeta de crédito, número de teléfono o dirección porque no sabe si alguien será capaz de utilizar esa información sin su consentimiento. Es interesante comprobar que la mayoría de la gente no se lo piensa dos veces antes de comprar cosas por teléfono, pero les incomoda hacerlo a través de su PC. El estándar SET está alejando este miedo mediante un cifrado de los datos de la tarjeta, de forma que sólo el banco y el cliente puedan leerlos.
3. Garantizar el anonimato. Este es también un factor importante en algunos tipos de pago, en concreto en el pago mediante dinero electrónico. Sin embargo, gran parte de la gente se ha acomodado a las tarjetas de crédito y débito. El dinero electrónico anónimo tiene un mercado potencial, pero puede no ser tan grande como se espera.

Los sistemas de pago empleados en Internet pueden englobarse en cuatro categorías:

- **Cajeros Electrónicos:** Se trata de sistemas en los cuales los clientes abren unas cuentas con todos sus datos en unas entidades de Internet. Estas entidades les proporcionan algún código alfanumérico asociado a su identidad que les permita comprar en los vendedores asociados a las entidades.
- **Dinero Electrónico (Anónimo e Identificado):** El concepto de dinero electrónico es amplio, y difícil de definir en un medio tan extenso como el de los medios de pago electrónicos (EPS). A todos los efectos se definirá el dinero electrónico como aquel dinero creado, cambiado y gastado de forma electrónica. Este dinero tiene un

equivalente directo en el mundo real: la moneda. El dinero electrónico se usará para pequeños pagos. El dinero electrónico puede clasificarse en dos tipos:

- Dinero on-line: Exige interactuar con el banco (vía módem o red) para llevar a cabo una transacción con una tercera parte.
 - Dinero offline: Se dispone del dinero en el propio ordenador, y puede gastarse cuando se desee, sin necesidad de contactar para ello con un banco. Estos sistemas de dinero electrónico permiten al cliente depositar dinero en una cuenta y luego usar ese dinero para comprar cosas en Internet.
- **Cheques Electrónicos:** Los métodos para transferir cheques electrónicos a través de Internet no están tan desarrollados como otras formas de transferencia de fondos. Los cheques electrónicos podrían consistir algo tan simple como enviar un email a un vendedor autorizándole a sacar dinero de la cuenta, con certificados y firmas digitales asociados. Un sistema de cheques puede ser considerado como un compromiso entre un sistema de tarjetas de crédito y uno de micropagos o dinero electrónico (anónimo).
 - **Tarjetas de Crédito:** Los sistemas de tarjetas de crédito en Internet funcionarán de forma muy similar a como lo hacen hoy en día. El cliente podrá usar si lo desea su tarjeta de crédito actual para comprar productos en una tienda virtual. La principal novedad consiste en el desarrollo del estándar de cifrado SET (Secure Electronic Transaction) por parte de las más importantes compañías de tarjetas de crédito.

La pregunta que se plantea en estos momentos es cual de los nuevos métodos de pago sobrevivirá al test del mercado. Resulta muy probable que el mayor ganador sea la tarjeta de crédito adaptada al comercio electrónico.

CÓMO FUNCIONA

En el pago con tarjeta, la pasarela de pago valida la tarjeta y organiza la transferencia del dinero de la cuenta del comprador a la cuenta del vendedor.

El monedero electrónico, sin embargo, almacena el dinero del comprador en un formato electrónico y lo transfiere al sistema durante el pago. El sistema de pago valida el dinero y organiza la transferencia a la cuenta del vendedor. También existe la posibilidad de que el sistema de pago transfiera el dinero electrónico al monedero electrónico del vendedor actuando en este caso como un intermediario entre ambos monederos electrónicos.

Ficha actualizada a diciembre de 2007.