

El comercio electrónico como medio para el comercio exterior

Laura Daniela Cardenas Barreto

Trabajo de grado

Para optar por el título de Profesional en Negocios internacionales

Dirigido por:

Humberto Librado Castillo

Doctor en estudios políticos

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2021

Resumen

El ensayo se enfoca en el comercio electrónico como medio para el comercio exterior donde al implementar las tecnologías y estrategias necesarias, tanto los países como las empresas desarrollaran las competencias necesarias para incursionar en un mundo globalizado y competitivo, obteniendo procesos eficaces en temas de intermediación y reducción de costos de importación o exportación. También desarrollando tecnologías dando crecimiento al comercio electrónico con un mayor impacto internacional y cambiando la forma de hacer negocios dando una ventaja competitiva y mejorando el flujo de información haciendo que las transacciones internacionales sean mas eficaces y así obtener muchos mas beneficios.

Palabras clave

Comercio exterior, Comercio electronico, Internet, Internacionalizacion, Desarrollo, Inversion, Globalizacion, Transacciones digitales.

Abstract

The essay focuses on electronic commerce as a means for foreign trade where by implementing the necessary technologies and strategies both countries and companies will develop the necessary competencies to enter a globalized and competitive world, obtaining efficient processes in terms of intermediation and reduction of import or export costs. Also developing technologies giving growth to electronic commerce with a greater international impact and changing the way of doing business giving a competitive advantage and improving the flow of information making international transactions more efficient and thus obtaining many more benefits.

Keywords

Foreign trade, E-commerce, Internet, Internationalization, Development, Investment, Globalization, Digital transactions.

Tabla de contenido

<i>Resumen</i>	2
Palabras clave.....	2
<i>Abstract</i>	3
Keywords	3
<i>Tabla de contenido</i>	4
<i>Introducción</i>	5
<i>El efecto del comercio electrónico en el comercio exterior</i>	6
<i>Conclusiones</i>	9
<i>Bibliografía</i>	11

Introducción

El comercio exterior tuvo su inicio a mediados del siglo XV debido a las necesidades de intercambio de bienes y por la desigualdad en la distribución de recursos en el mundo lo que desencadenó la creación de varios imperios, gracias a esto las naciones empiezan a tener crecimiento económico y así su población empieza a desarrollarse. Durante el desarrollo del comercio exterior en el mundo hasta nuestros días nos encontramos con sistemas proteccionistas y tratados de libre comercio, así como rutas comerciales que conectan a todo el mundo, todo esto con una gran relación del comercio electrónico que tuvo sus orígenes en 1984 en Inglaterra gracias a una mujer y un sistema llamado "Videotex" donde pudo hacer su lista de compras y como si fuera magia estas llegaron a la puerta de su casa. (Semana, 2020). Todo este increíble desarrollo del comercio a lo largo de los años nos ha llevado a lo que es hoy en día y que en situaciones complicadas ha avanzado impulsando así a miles de empresas y facilitando la vida de los consumidores.

Tanto como el comercio exterior como el comercio electrónico son factores determinantes tanto en el desarrollo de un país como en la expansión y desarrollo de una empresa por lo que en las industrias 4.0 es algo de vital importancia. En el comercio electrónico se identifican 4 importantes métodos de comercio: Según Rayport, (2001, p. 7) el comercio electrónico "se categoriza de empresa a empresa (B2B), de empresa a consumidor (B2C), de consumidor a consumidor (C2C) o entre empresa y gobierno (B2G). Desarrollando una interrelación entre los diferentes procesos comerciales".

Todos estos métodos de comercio nos permiten expandirnos tanto nacionalmente como internacionalmente, ya no es necesario viajar hasta otro país para conseguir algún producto que necesitemos, con el avance del comercio electrónico es posible y muy fácil de hacer. Conectar a

China con Colombia desde una aplicación para hacer compras mayoristas desde Alibaba o compras minoristas desde Aliexpress. Conocer este tipo de negociaciones para los futuros emprendedores y comerciantes es de vital importancia ya que podrían posicionarse en el mercado de mejor manera y muchas veces sin necesidad de tener intermediarios lo que aumentaría el margen de utilidad y disminuye los costos operativos.

Por esto el objetivo de este WorkingPaper se centra en analizar el papel del comercio electrónico en las empresas como método para incursionar en el comercio exterior.

El efecto del comercio electrónico en el comercio exterior

La competitividad global esta cambiando los mercados de todo el mundo, eliminando barreras y abriendo mas caminos para el comercio entre países, generando acuerdos y tratados, donde el comercio electrónico ofrece variedad de beneficios tanto para proveedores como para consumidores, como fue mencionado anteriormente, el acceso a plataforma desde el otro lado del mundo que nos ofrece reducción de tiempo y de costos, personalizaciones y demás ventajas sin necesidad de salir de nuestro propio país, hace que se facilite mucho mas el acceso a compradores o proveedores potenciales.

La importancia del comercio electrónico en la industria 4.0 cada vez se esta incrementando, esto con el avance de las tecnologías lo que nos permite hacer negociaciones 24/7 sin impedimentos, ni barreras como las idiomáticas u horarias, permitiendo así a ambas partes ser mas dinámicas y ágiles en las necesidades de cada uno.

En el ultimo año debido a las complicaciones económicas de la pandemia el comercio electrónico tuvo un gran auge y se evidencio un crecimiento acelerado en las transacciones electrónicas, en Colombia el crecimiento a comparación de enero 2020 y enero 2019 fue de 52,2% y dado a las implementaciones para la bioseguridad el mercado minorista del país se contrajo en

un 37.1% por esta situación particular el mundo se abrió mucho más al comercio electrónico y personas que nunca habían hecho compras por internet empezaron a tener confianza y animarse a hacerlo, sobretodo para las personas que están en el grupo de riesgo donde es mucho más cómodo y seguro para ellos hacer sus compras por internet así se disminuye el riesgo de contagio. (Camara Colombiana de Comercio Electronico, 2021).

Gracias a la confianza que empezaron a tener las personas en el comercio electrónico las importaciones de bienes también aumentaron como en el caso de Amazon que tuvo una capitalización de más de US\$570.000 millones gracias a la pandemia, lo que duplicó sus ganancias y la hizo la 3 compañía más grande del mundo solo detrás de Apple y Microsoft (Staff, 2020)

Gracias a Amazon hoy podemos traer miles de productos a nuestros países con la tranquilidad de que nuestro dinero se encuentra seguro y en dado caso de tener algún inconveniente Amazon siempre se hará cargo.

Trabajo en Amazon desde agosto del 2020 y pude evidenciar el crecimiento de mercados como los de Brasil y Estados Unidos, a pesar de que el mercado brasilero aun esta en crecimiento cada vez había más movimiento en este mercado y de hacia lo posible por crear mejores alianzas y así generar más confianza en los clientes brasileros.

Para diciembre del 2020 Amazon aumenta a 8 el número de sus centros de distribución, Según Alex Szapiro, director ejecutivo de Amazon en Brasil los nuevos centros de distribución podrán aumentar de inmediato la cantidad de ciudades donde muchos más clientes de Amazon prime puedan recibir sus pedidos en hasta 2 días hábiles. (Staff, 2020)

El mercado de los EUA es enorme y completo, cada vez Amazon innova más para que sus entregas sean eficientes y rápidas y no solo en productos del Marketplace si no también en servicios como el almacenamiento en la nube (AWS) Membresías y tiendas físicas, lo que lo hace

un universo completo en temas de comercio electrónico y exterior ya que lo tiene absolutamente todo en una sola plataforma, que brinda el soporte necesario en caso de importaciones, exportaciones, problemas con el envío, problemas con el producto, etc. Además de darle facilidades a sus vendedores para poder llegar a mas clientes potenciales.

El comercio electrónico permite interactuar en un mercado mas dinámico haciendo que muchos productos o servicios puedan ser entregados de manera inmediata, donde los clientes tendrán acceso a un contacto post-venta mucho mas eficiente y rápido, los clientes podrán entrar en contacto las 24 horas del día sin largas esperas o restricciones generando así confianza, de la misma manera se automatizan los procesos administrativos y las transacciones se hacen en menor tiempo generando eficiencia.

Por esta razón la mayoría de empresas utiliza sitios web o redes sociales para dar a conocer sus productos y servicios, esto permite al cliente tener una interacción mayor con la empresa y con el resto de su portafolio de ventas, obteniendo mucha mas información sobre preferencias, logrando tener mayor captación de clientes.

Las grandes ventajas del E-commerce nos hace incrementar y mejorar las relaciones y negociaciones entre socios comerciales tanto nacionales como internacionales al tener mas visibilidad, mayor posibilidad de competir en el mercado siendo pymes, disminuir costos operativos y automatizar procesos para disminuir errores, posibilidad de ofrecer información actualizada en todo momento y al alcance del cliente, mejor comunicación entre proveedor y cliente al tener un canal de comunicación directo y una de las mas importantes, el internet nos permite tener acceso a todo tipo de información donde podemos hacer una investigación para identificar nichos y tendencias y así poder aplicar mejores estrategias.

Como hemos evidenciado en los últimos años el desarrollo y supervivencia de una empresa esta ligado a su capacidad de adaptación a los nuevos retos que impone el mercado, en

el auge del E-commerce varias empresas que no supieron adaptarse a esto empezaron a desaparecer o a tener pérdidas, la adaptación a nuevos entornos crea ventajas competitivas basadas en la administración y Mejoramiento de sus negocios y explotando al máximo el conocimiento adquirido por las adversidades

Conclusiones

Las nuevas tecnologías nos permiten acceder al comercio electrónico, lo que nos da mayores oportunidades donde cualquier empresa en cualquier lugar del mundo puede incursionar en el mercado global con mayor facilidad, mejorando la comercialización de bienes y servicios, desarrollando diferentes estrategias para la promoción y receptividad de los clientes, disminuyendo las intermediaciones entre clientes y proveedores, teniendo mayor efectividad al momento de la comunicación.

La seguridad y rapidez de las compras por internet es lo que más llama la atención de los clientes al momento de comprar, también la oportunidad de hacer compras internacionales de forma mucho más fácil, tener contacto con diferentes proveedores en un solo lugar, que se ajuste a las necesidades de cada cliente o negocio, todo esto de forma segura y protegiendo los datos de los clientes de la manera adecuada.

Es incuestionable que el comercio electrónico demuestra una ventaja para cualquier empresa, eliminando restricciones entre fronteras, barreras idiomáticas o de horarios, permitiendo la compra o venta de un país a otro de forma eficaz y rápida, sin dejar de lado la gran visibilidad que puede tener aplicando las estrategias correctas y un marketing apropiado para el nicho de mercado seleccionado.

La mayoría de los mercados terminarán incursionando en el comercio electrónico, gracias a esto las empresas tendrán las herramientas necesarias para tener éxito en el E-Commerce en

un mundo globalizado, obteniendo mayores ganancias, alcance, compromiso y dinamismo, lo que hará que la empresa se desarrolle y pueda crecer en el mercado internacional.

Como se pudo evidenciar en el diplomado internacional, el comercio electrónico representa grandes beneficios al automatizar procesos haciéndolos más eficaces, reduciendo costos operativos y de intermediación en la nueva economía a nivel global, fortaleciendo así los lazos entre proveedores de diferentes países y generando desarrollo a las economías de estos.

También es importante resaltar el correcto uso de las estrategias para incursionar en estos nuevos mercados tanto electrónico como internacional, donde debemos establecer prioridades, crear consistencia en la organización, efectividad en las operaciones, alinear y reforzar actividades estratégicas, de costo y diferenciación lo que nos generaría valor.

Finalmente, debemos aprovechar las grandes oportunidades que nos da el internet ya que una empresa que empiece a incursionar en el mercado electrónico antes que sus competidores, ganara una ventaja competitiva importante frente a estos, implantando canales para la comercialización y la comunicación asertiva, donde su nicho se ampliara significativamente generando un beneficio adicional y mayor experiencia, sin dejar de lado el constante crecimiento y adaptación que deben tener para no perder de vista los procesos que cambian constantemente.

Bibliografía

- Camara Colombiana de Comercio Electronico. (2021). *Comportamiento del ecommerce en colombia durante 2020 y perspectivas para 2021*. Camara Colombiana de Comercio Electronico. <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2020/10/informe-comportamiento-y-perspectiva-ecommerce-2020-2021.pdf>
- Enrile. C. (12 de abril del 2021). *El comercio electrónico como canal de exportación*. Curso de Comercio Exterior Online. <http://cursodecomercioexterior.com/el-comercio-electronico-como-canal-de-exportacion/>
- Palacios. D. (2 de septiembre del 2020). *9 ejemplos de empresas B2B que conquistan el mercado*. [Blog]. Huspot. <https://blog.hubspot.es/sales/ejemplos-b2b>
- Rayport, J. (2001). *E-Commerce*. Editorial Mc Graw Hill.
- Semana. (20 de septiembre del 2020). *La curiosa manera en la que nació el comercio electrónico*. Revista Semana. <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/historia-del-comercio-electronico/300824/>
- Staff, F. (9 de noviembre del 2020). *Amazon se expande en Brasil en medio de auge del comercio online y su lucha contra Mercado Libre*. Business Luxury Media. <https://forbes.co/2020/11/09/negocios/amazon-se-expande-en-brasil-en-medio-de-auge-del-comercio-online-y-su-lucha-contra-mercado-libre/>
- Staff. F. (24 de julio del 2020). *5 grandes números que muestran el crecimiento explosivo de Amazon durante la crisis*. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2020/07/24/negocios/5-grandes-numeros-que-muestran-el-crecimiento-explosivo-de-amazon-durante-la-crisis/>