



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA

TESIS

“LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO VIRTUAL EN EL ENTORNO GLOBAL:
EVOLUCIÓN Y DESARROLLO”

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA:

JESÚS ISAAC FERNÁNDEZ MONTALVO

ASESOR DE TESIS: MTRO. JUAN MARCOS ORTÍZ OLVERA

MÉXICO D.F.

MARZO 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA:

A ti Papá y Mamá.

Por todo el amor, cariño, confianza, apoyo y valores que me han brindado.
Gracias por haberme dado la vida.

A mis Hermanos: Por el cariño incondicional, el amor, la confianza y por contar con ustedes en todo momento. Gracias por todos los momentos tan inolvidables que hemos compartido juntos.

A mí Abuelita Socorro: Por el apoyo que siempre me has brindado desde que tengo memoria.

A mis tíos y familiares: Por sus consejos y de igual manera su apoyo incondicional.

A mi Profesor Juan Marcos Ortiz Olvera: Por brindarme su confianza, sabiduría, conocimiento y apoyo en la realización de este importante proyecto profesional, deseo expresarle mi más sincero agradecimiento.

Agradecimientos:

A la Universidad Nacional Autónoma de México.

Por darme la oportunidad de estudiar y ser un miembro más de esta gran casa del conocimiento.

A la Facultad de Economía.

Por permitirme ser un miembro más de sus aulas y recibir el conocimiento técnico y la formación humana.

A mis Profesores: Mtro. Ernesto Bravo Benítez, Mtro. Alfredo Córdoba Kuthy, Mtro. Gustavo Enrique Sauri Alpuche y al Dr. Benjamín López Ortiz.
Por las aportaciones y orientación en la consecución de este trabajo

A mis Amigos.

Que me han apoyado y acompañado en este camino.

Índice General

Introducción.....	1
Capítulo 1 La Evolución del comercio hacia el siglo XXI.....	2
1.1 La revolución Industrial.....	2
1.2 Primera revolución industrial.....	3
1.3 Segunda Revolución Industrial.....	5
1.4 Tercer Revolución Industrial.....	6
1.5 Cuarta Revolución Industrial.....	7
1.6 El paso a la era de la informática y las telecomunicaciones.....	10
Capítulo 2 El comercio Virtual o electrónico	12
2.1 Comercio virtual o electrónico; origen evolución y desarrollo.....	12
2.2 Costos y Beneficios del libre comercio.....	14
2.3 La globalización y el comercio internacional.....	16
2.4 Características del comercio internacional.....	16
2.5 Tendencias del comercio Internacional.....	17
2.6 Integración económica.....	19
2.7 Competitividad Internacional.....	21
2.8 Globalización de los Mercados financieros.....	22
2.9 Globalización de mano de obra.....	23
2.10 Comercio Electrónico.....	23
2.11 Historia del Internet.....	26
2.12 Efectos y dificultades del comercio electrónico.....	32
2.13 Amenaza al negocio tradicional.....	34
2.14 El comercio electrónico a nivel mundial.....	36
Capítulo 3 El comercio electrónico en México.....	41
3.1 Introducción al comercio electrónico en México.....	41
3.2 Crecimiento del comercio electrónico en México.....	46
3.3 Crecimiento de Mercado.....	48
3.4 Ganancias por concepto de comercio electrónico.....	55
3.5 Seguridad en Internet.....	57
3.6 Regulación Nacional e Internacional.....	58
Conclusiones.....	60

Introducción

El objetivo de éste trabajo es describir la evolución del comercio global, la participación y la evolución acelerada de la tecnología ya que esto genera que los mercados estén compenetrados de manera en la cual se encuentran hoy en día, se han eliminado muchas barreras al comercio, se puede decir que éste es el comienzo de un nuevo orden comercial, en el cual la tecnología es la base del progreso y aceleración del mismo.

La hipótesis de éste trabajo es: “La evolución tecnológica ha modificado las barreras del comercio físico, dando pie al crecimiento virtual” bajo ésta premisa se plantean los capítulos con los cuales se desahoga la misma.

Es importante comenzar desde mucho tiempo atrás ya que es necesario conocer la información sobre cómo se desarrollaba el comercio antes del siglo XXI, así mismo conocer el desarrollo de las diferentes revoluciones industriales en el campo de la tecnología y el comercio, lo cual es fundamental para poder lograr el llamado “comercio virtual” o “electrónico”, sin la tecnología creciente a través de los años el comercio simplemente no hubiera podido evolucionar; gracias a la tecnología se han dado numerosos inventos que han facilitado al desarrollo del mismo, e incluso en la actualidad ha contribuido a facilitar el proceso comercial, como por ejemplo:

Realizar compras a través de internet, o haciendo la compra de una aplicación para un Smartphone, a pesar de que al principio la compra en un mercado virtual no sea tangible, lo único que hace es evitar el hecho de tener que ir a una tienda a comprar un producto, ya que después de cierto tiempo el producto comprado llegará a nuestras manos, en el caso de compras en las aplicaciones de teléfonos móviles, no es un bien físico lo que se adquiere, es una herramienta funcional para nuestro teléfono por la que se paga en un mercado meramente virtual.

El avance tecnológico ha dado paso a desarrollar un nuevo sistema comercial entre agentes económicos, como se ve a partir de la segunda mitad de la década de los 90's la tecnología ha tenido un repunte importante en el desarrollo de nuevos inventos para facilitar no solo la vida cotidiana, sino también la forma en la que se compran las cosas hoy en día. No se puede dejar de lado el hecho de que acudir a un “mercado” físico sigue siendo parte fundamental del comercio, ya que en éstos entran otro tipo de agentes para realizar una labor de igual manera importante.

CAPÍTULO 1

Evolución del comercio hacia el siglo XXI

1.1 LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

La revolución industrial es el nombre dado a la irrupción de la máquina y la inauguración de la era industrial, durante sus diferentes etapas, han sido nombradas de diferentes maneras, a medida que se iba desarrollando la tecnología en el XIX la gente se refería a su tiempo como la era del vapor y los ferrocarriles, cuando el acero reemplazó al hierro para dar paso a la construcción de los grandes rascacielos y grandes metrópolis que hoy en día conocemos, se le nombró la era del acero y la electricidad. Hacia el primer tercio del siglo XX se comenzó a hablar de la era del automóvil y de la producción en masa aunado al uso del petróleo, A inicios de 1970 se empezó a denominar como la era de la información con la creación de nuevas tecnologías que permitieran a lo largo del tiempo un desarrollo más acelerado. A lo largo de 200 años se han consumado estas etapas de desarrollo tecnológico las cuales han ayudado a un mejor desenvolvimiento de la economía Internacional.(Perez, 2004)

Cada revolución industrial se basa en el desarrollo de productos subyacentes, como mecanización de procesos productivos o simplemente construcción de nuevas infraestructuras que no hubieran sido posibles sin ese salto tecnológico, por ello es importante señalar todos los procesos que estuvieron presentes en cada revolución industrial, ya que cada una es pilar en el desarrollo de lo que tenemos hoy en día en cuanto a tecnología, haciendo posible el “comercio virtual”.

Antes de la primera revolución industrial, la tierra era la fuente fundamental de riqueza y la llegada de ésta cambió drásticamente la industria rural que sentó precedente para que esta se diera a en condiciones favorables para el desarrollo económico y comercial.

Vale la pena mencionar que cada una de las revoluciones tuvo un centro de desarrollo, y de ahí se fueron expandiendo a otros centros de distribución, como es el caso de Inglaterra durante la primera y segunda revolución, en esta última expandiéndose hacia Europa y Estados Unidos, durante la tercera, Estados Unidos y Alemania superando así la hegemonía de Inglaterra y durante la cuarta y quinta Estados Unidos siendo el centro, difundiendo su expansión hacia Europa y Asia. Cabe señalar que esta Hegemonía se dio con el desarrollo tecnológico de los países que fueron pioneros en el desarrollo gracias a las diferentes revoluciones.

A continuación una descripción de las diferentes revoluciones Industriales:

1.2 Primera Revolución Industrial

Tuvo origen en Inglaterra a finales del siglo XVIII, dentro de las nuevas tecnologías se encuentra la mecanización de algunos procesos de producción, como lo fueron los siguientes:

- El algodón
- Uso de hierro forjado
- Introducción de maquinaria
- Uso de energía hidráulica con molinos mejorados
- Uso de carreteras con peaje

En Inglaterra, más que el descubrimiento del uso del vapor, fueron el poderío marítimo y la inmunidad a la invasión quienes consolidaron la supremacía mercantil de Gran Bretaña, lo que la llevo a tener conquistado el comercio internacional y con ello la supremacía mundial. Ningún país estaba capacitado para competir con Inglaterra en precio de los productos que manufacturaban. Las principales industrias fueron:

- Textil: movida por la fuerza hidráulica
- La metalúrgica: en donde el hierro y el carbón era la materia prima
- La industria del cuero

- La industria de la cerveza

A principios de siglo las comunicaciones eran escasas, En 1760 el trabajo inglés, en vez de dedicar mayor atención a la producción de artículos de consumo, se empleaba en la construcción de caminos, canales, muelles, buques, fábricas, y maquinaria, ya que las necesidades del gobierno así lo demandaban.

Así mismo el trabajo se traslado de la fabricación de productos primarios a bienes de consumo con mayor manufactura, lo que elevó el número de estos en gran parte debido a la eficiencia que había en el creciente modo de producción que de igual manera aumentaba la productividad por tener nuevos conocimientos tecnológicos que ayudarían a la aceleración en el proceso de producción.

Como consecuencia de lo mismo, se generó una mayor urbanización y un desplazamiento del campo a la ciudad, las fábricas existentes aumentaban su tamaño y modificaban su estructura organizativa por los nuevos métodos implementados, con una mayor especialización del trabajo aunado a una mejor productividad gracias a la aparición de nuevas herramientas y máquinas que lo facilitaban esto. (Landes, 1979).

De esta manera se comienza a dar paso a la creación nuevas clases sociales en función de quien sería contratista y quien tuviera propiedad sobre los medios de producción. Esto de igual forma dio en Inglaterra el derecho de ser durante mucho tiempo el primer productor de bienes industriales en el mundo, Londres se convertiría en una red comercial basada en un comercio exportador fomentado por la industrialización, formando un desarrollo comercial importante para beneficio de las nuevas empresas favoreciendo la dinámica del mismo proceso de industrialización.

Con el inicio de la era de las maquinas, la industria se separa completamente de la agricultura, la producción se uniforma, aumenta la producción en una forma nunca antes vista, la riqueza del mundo se vaciaba en las arcas de Inglaterra, la revolución industrial fue la causa económica y los canales fueron aportados por el comercio exterior. (Julián , 2004; Comín, 2014)

1.3 Segunda Revolución Industrial

La segunda Revolución industrial es conocida como la era del vapor y los ferrocarriles, ésta tuvo lugar en el primer tercio del siglo XIX, dejando avances en varias industrias, tales como la del acero, la eléctrica, entre otras. La creación de los ferrocarriles es uno de los mayores avances que podemos encontrar en ésta época, en un principio impulsados por vapor. La importancia del ferrocarril en el comercio es clave para poder entender el desplazamiento de materias primas, capital humano, aunado a esto, la velocidad de desplazamiento hizo posible un desarrollo más marcado durante ésta época. Las primeras vías férreas se construyeron para el transporte de minerales hacia los puntos de distribución, conectado a puertos para un mayor desplazamiento vía marítima, Tal fue la importancia del ferrocarril, que aún en nuestros días seguimos utilizando este medio, con mejoras sustanciales, como mayor velocidad y modernidad. Podemos atribuir a este medio uno de los mejores avances tecnológicos dentro de las distintas etapas de desarrollo tecnológico.

Esta segunda revolución trajo consigo mejoras de varios productos y tecnologías que ya existían durante la primera etapa, la diferencia es que ya estaban especializados y desarrollados en pos de la nueva época venidera.

El desarrollo en vías de comunicación es uno de varios avances de esta época, el telégrafo se instauró aprovechando las vías ferroviarias, lo que hacía más fácil la comunicación entre dos puntos distantes, y que beneficiaría al comercio en los años venideros; la construcción de grandes puertos, depósitos y barcos para la navegación mundial, fue otro de los caminos que ayudó a reforzar el comercio internacional.

El comercio se vio agilizado gracias a los avances en transporte y comunicaciones que en esta se dieron, no hubo un cambio notable en cuanto a la forma de comerciar se creó un “mercado mundial” en el cual destacan países hegemónicos que proveían de productos manufacturados y países dependientes

los cuales proveían las materias primas para la elaboración de estos productos, el mismo efecto que sigue actuando en varios países del mercado mundial. El ejemplo más claro lo podemos ver con México que es un exportador de petróleo pero sin la capacidad de poder refinar el crudo. (Córdoba, 2010)

1.4 Tercer Revolución industrial

Esta época se definió principalmente por el precio del acero barato, el pleno desarrollo del motor a vapor para barcos de acero, el desarrollo de la ingeniería pesada, química y civil, el nacimiento de la industria de equipos eléctricos, cobre y cables, los primeros alimentos enlatados y embotellados.

Algunos de los avances de ésta época fueron:

- La navegación mundial en veloces barcos de acero (con el uso del canal de Suez)
- La creación de redes transnacionales de ferrocarril(con el uso de acero barato para la fabricación de rieles)
- La creación de grandes puentes y túneles
- El desarrollo del teléfono,
- La expansión mundial del telégrafo
- La explotación de las redes eléctricas para la iluminación de uso industrial.

En el contexto del desarrollo comercial en ésta época, se sabe que con base al avance tecnológico, la expansión de la red ferroviaria, así como la rapidez en el mar, dio pie a una mayor conexión entre los países que contribuyen a la expansión del comercio con mucha más facilidad, el uso de la electricidad y el desarrollo de una “*integración vertical*” estarían dando pauta a la revolución que le precedería, “sentando las bases” para la modificación de lo que en ésta época se desarrolló. El acero fue uno de los principales bastiones, que jugó un papel fundamental en el desarrollo industrial, así como en la expansión de las vías de comunicación vital para el desarrollo comercial mundial. (Carlota, 2004)

Integración vertical: Son empresas que están unidas jerárquicamente , o constan de un nivel de organización complejo éstas suelen tener un mismo dueño.

1.5 Cuarta Revolución industrial

Esta época resaltó lo siguiente:

El Taylorismo:

Las máquinas demostraban un aumento en el ritmo de producción y la demanda de mano de obra se redujo considerablemente, ya que lo que realizaban 100 trabajadores en una jornada laboral lo podían sustituir con 10 máquinas, esto generó una creciente tasa de desempleo.

Frederick Taylor propuso un nuevo método de trabajo el cual proponía que cada obrero realizara una parte de una pieza en una de cadena de montaje en un tiempo determinado, a este sistema se le llamó el Taylorismo, tenía como objetivo mecanizar el trabajo de los obreros y así aumentar su nivel de producción.

Taylor hizo un estudio con el objetivo de eliminar los movimientos inútiles del obrero y establecer por medio de cronómetros el tiempo necesario para realizar cada tarea específica, a esto se le conoció como la organización científica del trabajo.

Para que éste sistema pudiera funcionar correctamente, era necesario que los trabajadores estuvieran supervisados, y con esto surgió un grupo especial de empleados encargados de supervisión y organización del trabajo.

Los primeros de ésta nueva organización en la imposición de una disciplina muy severa y en una mayor división del trabajo, éste sistema bajó los costos de producción por el hecho de que se tenían que pagar menos salarios y se implementaban medidas para agilizar la producción, como el hecho de pagar menos mientras se tardaran más en acabar las piezas encomendadas, como un tipo de penalización por el tiempo perdido.

La organización Taylorista transformó la industria en los siguientes aspectos:

- Aumento de la destreza del obrero a través de la especialización y el conocimiento técnico

- Mayor control de tiempo en la planta, lo que significaba mayor acumulación de capital
- Idea inicial del individualismo técnico y la mecanización
- Estudio científico de movimientos y tiempo productivo

Se dejaba atrás la época en la que el productor podía decidir cuánto tiempo dedicaría a la producción de una pieza según su propio criterio de calidad, dando paso a que el trabajador estuviera sujeto a las necesidades de competencia del mercado. (Coriat,2001)

El Fordismo

El concepto de Fordismo se basa en:

- la cadena de montaje
- la construcción de un sujeto uniforme (estandarizado)
- la intervención estatal keynesiana,

Todo esto dio por resultado la conciliación entre el capital y el trabajo.

Incorporaba el sistema de Taylor enfocado a un aspecto social, Henry Ford decía que cada uno de los obreros de su fábrica debía ganar lo suficiente como para poder comprar uno de los autos que ellos mismos fabricaban, ya que los buenos sueldos garantizaban un aumento en el consumo y propiciaba que los obreros no tuvieran descontentos con respecto a su salario, de igual forma provocaba que no hubiera huelgas y se detuviera el proceso productivo.

El modelo de Ford se centro en la producción en cadena y a gran escala, esto se consiguió basando su estrategia de producción en la estandarización, la diversidad del producto se veía reducida considerablemente y por consiguiente abarataba el producto. Todo esto orientado a una rápida producción, pero más enfocado a una optimización en los tiempos de distribución.

De alguna manera éste sistema de producción permitió agilizar los tiempos, uno de los inventos durante éste proceso, fue la llamada banda transportadora; que

solventaba los problemas de movimiento de las piezas con las que los obreros trabajaban.

Además de estas medidas adoptadas destaca que Ford no permitía sindicatos en sus fábricas, lo cual deja ver un poco la ideología en la aplicación de éste modelo.

El Fordismo se centró en el consumo de masas, este no se limitaba al campo de la producción de bienes, la sociedad era caracterizada por la producción en masa y el consumo en masa, si a esto se le suma que los obreros ganaban el doble, podrían consumir el doble, el sistema se retroalimentaría por si solo hacia un crecimiento, basado en dos pilares fundamentales; la estandarización de la producción y popularización el consumo. (Monden,1988).

Aún cuando el Fordismo representa un avance tecnológico serio, que llevó al comercio a un desarrollo más rápido y eficiente, se pueden mencionar diferentes características que trajo consigo el modelo que se pueden considerar como debilidades dentro del mismo, como por ejemplo:

- La subordinación del trabajo obrero a la máquina industrial,
- no se podía hablar de una construcción colectiva del conocimiento

Una de las principales cosas que tenía dado por hecho el modelo, era que éste presuponía un mercado en constante expansión, ya que por obvias condiciones del mercado, no se podría mantener una demanda ascendente, lo cual representa un fallo en cuanto a producir más y comprar más de los demandantes, otra cuestión que se puede tener en cuenta es la clara dependencia de la labor repetitiva que realizaban los obreros quienes al final de cierto tiempo se terminarían desgastando por el hecho de la misma monotonía.(Marsden, 1985).

En resumen las ventajas y debilidades:

Ventajas:

- Incremento de la producción
- Especialización en la cadena de producción

- Disminución de costos por pieza terminada

Desventajas:

- Deshumanización del trabajo
- Creación de cultura de masas

Con el paso del tiempo el proceso ha sufrido cambios sustanciales desde su aparición, en la empresa moderna la utilización del modelo ha provocado la sustitución hacia una industrialización mecanizada, en la actualidad solo podríamos decir que fue el precedente de la industria moderna en masa.

1.6 El paso a la era de la informática y las telecomunicaciones

Varias personas se refieren a ésta etapa como una revolución científico-tecnológica, ya que en ésta el conocimiento básico es inmediato y está enfocado a ciencias como la ingeniería molecular, ingeniería genética, biotecnologías, nano tecnología, nano medicina, tecnología espacial, entre otras, todas estas impulsadas por el conocimiento previamente adquirido con las revoluciones previas, siendo el flujo de la información el principal factor de desarrollo, en el cual se adquieren mejoras significativas en cuanto a el flujo de la información, y en donde influye un factor muy importante para su desarrollo, la “informática”.

Cada una de las revoluciones anteriores, tenían un factor innovador que se convertía en el pilar para el desarrollo de éstas, así como inventos característicos en cada una de ellas, tales como los motores de vapor característicos de las dos primeras, la implementación de los nuevos motores de combustión en las siguientes dos llevando al desarrollo del automóvil, para la quinta podemos establecer que el eje sobre el cual se mueve es el desarrollo de la microelectrónica, impulsando la informática y al desarrollo de programas de software para facilitar el tránsito de la información como nueva mercancía.

Se puede decir que con esto de una revolución a otra, el conocimiento va agregando cada vez más valor a su producción, en las dos primeras el valor se agregaba a la producción de bienes de capital, en la tercera además de los bienes

de capital se comenzó a agregar a los servicios, en la cuarta se incorporaron a los anteriores los productos y finalmente en la quinta se ve directamente el valor expresado como información, llevando todo esto a un proceso de digitalización de todas las manifestaciones sociales e individuales.

CAPÍTULO 2

El comercio Virtual o electrónico

2.1 COMERCIO VIRTUAL Ó ELECTRÓNICO; ORIGEN EVOLUCIÓN Y DESARROLLO

Para el desarrollo eficiente del comercio electrónico, éste se ve beneficiado de un proceso económico a nivel mundial conocido como la globalización, antes de poder desarrollar el tema del comercio electrónico, es importante conocer diferentes definiciones del concepto:

- El concepto de globalización no es más que el hecho de la integración de una economía a un bloque mundial ya establecido por las grandes potencias, la integración no se dio por si sola, fue establecida bajo el principio básico de oferta y demanda, una ventaja fue sin duda la existencia de mercados y rutas comerciales establecidas desde antes de la llamada globalización, pero esto ha acercado a economías con un proceso más lento de industrialización y crecimiento económico, esto generó que pudieran tener alcance a productos que en sus economías no podían desarrollar. (Banco Mundial, 2014)

El banco mundial describe a la globalización como el hecho de la integración de la actividad económica entre personas que viven en países diferentes (en lugar de darse únicamente en el mismo país).

En otros contextos la globalización es:

- Es un proceso histórico de múltiples facetas, económicas, culturales y medioambientales, que ofrece grandes oportunidades para avanzar en el desarrollo mundial aunado a esto, menciona que el comercio, los flujos financieros y la modernización de las comunicaciones electrónicas han permitido una creciente integración de las economías de todo el mundo. (España, 2014).

- “Se refiere a la interdependencia creciente de los países que surge de la integración cada vez mayor del comercio, las finanzas, los pueblos y las ideas en un mercado global”.(World Bank,2000)

Después de los diferentes significados que se le pueden atribuir a la globalización” es importante recalcar el hecho de que de la globalización se desprenden varios nuevos conceptos, los cuales hacen que el comercio y el crecimiento económico sean tan estrechamente unidos como lo son ahora.

El comercio internacional y los flujos de inversiones transfronterizas son los elementos principales de ésta integración. Se sabe que la Globalización es una integración económica, humana y tecnológica.

Los inicios de la globalización se dan después de la segunda guerra mundial, pero creciendo significativamente en la década de los años ochenta, impulsada por dos hechos que podemos considerar fundamentales, uno relacionado fuertemente con el avance tecnológico como principal factor del desarrollo del comercio a través de los años, ya que con el se agiliza el transporte y esto hace que se reduzcan costos, la comunicación evolucionó con el desarrollo de la computación como uno de los elementos más ventajosos desde el punto de vista económico para muchas empresas en desarrollo, además de esto se llevaron a cabo distintas etapas de producción en diferentes países.

El otro aspecto importante y fundamental es el aumento de la liberalización del comercio y los mercados de capitales, los gobiernos daban mayor apertura a sus economías dejando de lado la protección ante la competencia o la influencia extranjera mediante los aranceles de importación, se dio la eliminación de la limitación a las exportaciones y varias prohibiciones que provocaba que sus mercados no fueran competitivos, esto no se hubiera llevado a cabo sin la creación de instituciones como el Fondo Monetario Internacional o el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y comercio (GATT) éste último renombrado a Organización Mundial de Comercio (OMC) en 1994, los cuales han ayudado a la

liberalización del mercado y supervisión de las economías, así como la intención de promocionar el libre comercio en vez del proteccionismo

Con la globalización se ha visto un fuerte impulso del crecimiento económico en Asia Oriental, (Hong Kong, la República de Corea o Singapur) así mismo es importante mencionar que no todos los “países en desarrollo” tienen una participación equivalente en la globalización; así como se dice esto, están los países en vías de desarrollo en América Latina, los cuales debido a su limitada condición, se han ido incorporando a la economía mundial con bastante lentitud.

Con la globalización en proceso latente es necesario saber cuáles son los beneficios que puede traer a las economías globalizadas, todo esto con tratados económicos y comerciales que deben de traer consigo beneficios para aquellos que están incluidos en los acuerdos establecidos. (Banco Mundial, 2014)

2.2 Costos y beneficios del libre comercio

El libre comercio, es un término que se refiere a los aspectos económicos y consecuencias políticas del intercambio de bienes entre personas que viven en diferentes países. Para los países participantes en vías de desarrollo, los principales beneficios del comercio exterior sin restricciones sería a la postre el acceso de los productores a mercados internacionales más grandes, esto llevado a un nivel país implicaría la oportunidad de beneficiarse de la *división internacional del trabajo*, por un lado y la necesidad de enfrentar una competencia más fuerte en el mercado internacional. Los productores trabajarían con más eficiencia gracias a la especialización internacional y la presión de la competencia extranjera, y en beneficio para los consumidores sería que éstos podrían disfrutar de una amplia variedad de productos ya fueran nacionales o importados, a precios más bajos.

Un país con una actividad industrial intensa se beneficia de las nuevas tecnologías que a éste le llegan indirectamente de los países con los que mantiene

relaciones comerciales, los conocimientos que se pueden extraer de los equipos importados para la producción, éstos beneficios tecnológicos indirectos son particularmente importantes para los países en desarrollo, pues éstos brindan la oportunidad de aumentar de manera más rápida su productividad para ponerse a la altura de los países desarrollados.

Las economías post globalización de planificación centralizada, no pudieron aprovechar las ventajas que les ofrecía el comercio mundial, debido al mismo aislamiento y proteccionismo que se imponían por razones políticas, pero en la actualidad tratan de sacar ventaja de las mismas para poder competir en el sistema de comercio internacional, las llamadas “*ventajas comparativas*”

Con toda esta liberalización la participación activa en el mismo comercio internacional conlleva riesgos, éstos relacionados con la fuerte competencia existente en los mercados mundiales, poniendo como ejemplo: un país corre el riesgo de que algunas de sus industrias (las menos competitivas) desaparezcan, al mismo tiempo la dependencia de proveedores extranjeros se puede dar de una manera muy marcada, si ésta dependencia se acentuara en alguna de sus piezas clave en la industria.

A todo esto si le agregamos que un país que pueda lograr todo lo que necesita se estaría privando de los beneficios de la especialización internacional, pero con el mismo riesgo de que una especialización limitada, estaría llevando al país en cuestión a ser dependiente de un producto o de unos cuantos, ya que es imposible tener todo dentro de sus propias fronteras.

Por otro lado, también pueden existir riesgos debido a la posibilidad de algún cambio repentino desfavorable en la demanda de los mercados mundiales, esos cambios pueden empeorar la relación de intercambio de un país, tal fue el caso del petróleo en décadas atrás de allí sale el hecho de que sería prudente alcanzar un cierto grado de diversificación de la producción y las exportaciones, y cada país por ende debe de encontrar un lugar apropiado para la explotación de sus ventajas comparativas. (Banco Mundial, 2014).

División internacional del trabajo: sostiene que los entes políticos cumplen funciones diferentes en el proceso de la producción mundial, de acuerdo con sus distintas condiciones de producción y disponibilidad de recursos.

Ventajas Comparativas: La tienen los que disponen de mejores condiciones y, por tanto, costes menores para la producción de determinados bienes.

2.3 La globalización y el comercio internacional (evolución, problemática, ventajas)

Muchas economías han decidido globalizar en gran medida su economía. En cuanto a la geografía y la composición del comercio, gracias a datos obtenidos de la OCDE, se sabe que el crecimiento del comercio ha ido aumentando con el paso de los años, los países desarrollados comercian entre sí, y la proporción de sus exportaciones hacia países en desarrollo fue de igual manera aumentando siendo éstos los principales socios comerciales de los países en vías de desarrollo en todos los aspectos.

2.4 Características del comercio internacional

Para poder analizar ésta parte es necesario distinguir a los países por su grado de desarrollo y su clasificación de sus productos por ramo.

Grado de desarrollo de los países

De todas las teorías que pueden justificar las distintas clasificaciones de los países, es de remarcar que una de las más acertadas para la clasificación de éstas es la adoptada por la ONU.

Esta clasificación agrupa a los países en las siguientes categorías:

- Países sub desarrollados
- Países en Desarrollo
- Países Desarrollados. (OMC,2014)

2.5 Tendencias del comercio Internacional

Si observamos las tendencias mundiales del comercio, se puede apreciar una rápida declinación del intercambio de bienes básicos respecto del incremento de los productos con valor agregado.

En forma simultánea, los productos tangibles, descienden en las cifras del intercambio frente al crecimiento del rubro de servicios o productos intangibles, cuya participación en el tráfico mundial ya supera el 50% del comercio total.

También es considerada la tendencia creciente de sustitución de productos naturales por otros sintéticos, lo cual, sin entrar a considerar los procesos verdes o ecologistas, fortalece la posición de los productos elaborados frente a los naturales o primarios.

Por lo general los países subdesarrollados, con estructuras económicas primarias, son netos exportadores de alimentos y materias primas a la vez que importan productos elaborados, máquinas y equipos, caso contrario a lo que ocurre con los países desarrollados.

Es así como el tráfico entre países desarrollados se torna en ocasiones más complejo, ya que las distancias y los problemas operativos de traslado, se suman otros inconvenientes prácticos que surgen de la aplicación de diferentes culturas, usos y costumbres.

EL papel que tiene la OMC en el comercio de igual manera es importante, dado que es un organismo internacional y no un bloque económico, es capaz de poder ayudar a los países miembros que estén en desarrollo, protegiéndolos de ciertos obstáculos, que aún les impiden exportar a países desarrollados los productos denominados “estratégicos” o “sensibles” en los cuales los países en desarrollo cuentan con ventajas comparativas, pero el hecho de ser miembros de la OMC no solo les brinda derechos, sino también obligaciones, como la eliminación de

obstáculos no arancelarios y el compromiso de establecer aranceles bajos o moderados.

Como observaciones generales sobre la globalización, hay que hacer hincapié en las diferentes formas que puede revestir como son el comercio Internacional, la Inversión Extranjera Directa, y los flujos del mercado de capitales. (Banco Mundial, 2014)

En relación a la Inversión Extranjera:

“En general, el Banco Mundial privilegia una mayor apertura de comercio y de IED porque los datos indican que los beneficios en materia de desarrollo económico y reducción de la pobreza tienden a ser relativamente mayores que los costos o riesgos potenciales (aunque también se preste atención a las políticas específicas para mitigar o atenuar costos y riesgos). El Banco es más cauteloso respecto de la liberalización de otros flujos financieros o de mercado de capitales, cuya alta volatilidad puede fomentar en ocasiones ciclos de auge y depresión, y crisis financieras con grandes costos económicos.”

*En segundo lugar, el **grado de participación de los distintos países en la globalización también dista de ser uniforme**. Para muchos de los países más pobres y menos desarrollados, el problema no radica en que la globalización los haga más pobres, sino en la amenaza de ser excluidos de ella. Por otra parte, el acceso de los primeros a la inversión extranjera privada sigue siendo insignificante. Lejos de condenar a estos países al aislamiento y la pobreza continua, la tarea urgente de la comunidad internacional es ayudarlos a integrarse aún más en la economía mundial, brindándoles asistencia para ayudarles a crear instituciones y políticas de apoyo, así como para continuar ampliando su acceso a los mercados internacionales.(Banco Mundial, 2014).*

Esta cita, nos hace ver el hecho de que la Inversión Extranjera directa juega un papel fundamental, ya que al haber un mayor grado de apertura hacia éste tipo de práctica restringida conlleva un riesgo, pero a su vez es preferible apostar a una mayor apertura, que liberalizar alguna otra variable en el sistema financiero con mayor riesgo, además destaca el grado de integración que tienen ciertos países en vías de desarrollo.

Siguiendo con el análisis sobre la globalización:

“es importante tener presente que la globalización económica no es una tendencia totalmente nueva. De hecho, y en un nivel primario, ha formado parte de la historia humana desde tiempos remotos, cuando poblaciones muy dispersas se involucraron gradualmente en relaciones económicas más amplias y complejas

Finalmente, dado estos antecedentes, quizá no sea sorprendente (aunque tampoco muy útil) que el término “globalización” se utilice a veces en un sentido económico mucho más amplio, como otra manera de referirse al capitalismo o a la economía de mercado. [...] (Banco Mundial, 2014).

Esto nos da a entender que la globalización no es cosa nueva en el mundo, ahora adoptamos ese término para poder explicar la integración de los mercados internacionales, así como un crecimiento económico en base a lo que representa el comercio internacional, nos da a entender que así como tiene sus ventajas y genera oportunidades, también ocasiona riesgos, además de que se deben identificar y aprovechar oportunidades de mayor crecimiento económico, y todo eso subsecuentemente conlleva un mejor nivel de vida, así como la reducción de la desigualdad y el aumento de la inclusión de los sectores más vulnerables.

Es importante saber también que la globalización no solo le corresponde al comercio, también le atañe al trabajo y al sistema financiero, la globalización es una cuestión de integración y afecta de igual manera a éstos como a continuación se describen.

2.6 Integración económica

La integración económica es: *“un estado de cosas basado en la falta de discriminación entre las unidades económicas del área integrada” (Villamizar, 2000)*

“el resultado de cosas caracterizado por idénticas oportunidades tanto de productores como de consumidores entre países y dentro de cada uno de ellos” (Tugores 2004)

“proceso mediante el cual dos o más mercados nacionales previamente separados y de dimensiones unitarias poco adecuadas, se unen para formar un solo mercado de una dimensión más conveniente” (Osorio Arcila, 2006)

Analizando la estructura se encuentran básicamente dos motivos que conllevan el espíritu de la integración. Político el primero, en la medida que otorga mayor peso en su área y poder de negociación, tal es el caso de la Federación Rusa y los Estados Unidos de América. El segundo es cultural, como lo es el proceso científico y tecnológico que a través de nuevas tecnologías crean productos que hacen necesario, por la mayor productividad del trabajo, la ampliación de los mercados y el uso intensivo de capitales.

Para poderse desarrollar la integración requiere de cumplir una serie de requisitos los cuales se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Culturales, donde se encuentra la necesaria vecindad geográfica y cierta unidad del nivel cultural de los mercados involucrados
- Políticos, referidos a la afinidad básica necesaria en los regímenes de los estados comprendidos
- Económicos, es decir que existan similares sistemas de transporte, comunicación y grado de desarrollo.

Es necesario para su desenvolvimiento otro tipo de instrumentos los cuales se mencionan a continuación:

- Aduaneros: Los cuales tienen la función de brindar un mayor o menor grado de libertad a la circulación de mercancías
- Jurídicos – económicos: los cuales se utilizan para dar un mayor grado de libertad a la circulación de las políticas económicas y sectoriales.

- Institucionales: son donde un miembro en representación de cada estado, se defienden frente a las decisiones tomadas únicamente, los cuales actúan conforme al interés común.

Los beneficios de la integración se pueden medir a distintos niveles:

- A nivel de los mercados nacionales, por cuanto implica una expansión industrial, un mejor aprovechamiento de los factores de la producción.
- A nivel de la especialización en la producción, ya que optimiza la eficiencia y la productividad por la complementación industrial
- En el estímulo a la competencia y consecuente beneficio para el consumidor
- En la expansión y diversificación del comercio
- En la aceleración del crecimiento económico

En tanto que sus desventajas son:

- La pérdida de la autonomía de cada Estado frente al todo
- El encarecimiento de sus importaciones
- La lógica acentuación de las disparidades iniciales en cuanto al grado de desarrollo y las dificultades que conlleva para determinados sectores.

Conociendo los beneficios y las desventajas que la integración puede causar, es oportuno mencionar el tema de la competitividad, no solo en un mercado interno, sino de manera internacional.

2.7 Competitividad Internacional

En el mundo globalizado, las empresas tienden a competir con sus similares, las cuales deben de ser suficientemente competitivas para poder sobrevivir en el mercado globalizado, y deben de estar atadas a ciertos factores como lo son:

- la apertura al comercio exterior

- contar con una planeación de medidas macroeconómicas
- existencia de una desregulación de los mercados (factores de la producción, los servicios y los productos)

Aún con esto las ventajas que se pueden llegar a adquirir suelen ser pasajeras ya que con el tiempo los competidores tienen diferentes tipos de estrategias, los países cambian sus regulaciones y los bloques económicos también lo hacen con su estructura interna, por lo cual siempre es necesario que estén en constante actualización.

Los países con un mayor nivel de industrialización tienen que diversificarse internacionalmente en su producción para poder seguir siendo competitivos, ampliando el rango de productos y procesos a fabricar internacionalmente, la infraestructura de transportar, comunicaciones y de servicios, influyen en proporciones importantes en el precio del bien final que es puesto para disposición del consumidor, por lo que éstos factores representan mucha importancia en la competitividad que puede ofrecer un país. (OAS, 2014).

2.8 Globalización de los mercados financieros

La globalización se ha precipitado con la desregulación de los mercados financieros, la diversificación global de las carteras de colocaciones y la tecnología de las comunicaciones, permitió perfeccionar los flujos de información, que como sabemos es una de las principales herramientas para el sector financiero, con esta rapidez de información se permite que se puedan colocar fondos en cualquier mercado en el mundo que ofrezca una mayor rentabilidad

A la par de la globalización es importante mencionar el papel de la tecnología en el sector financiero, ya que ha tenido avances muy significativos en cuanto a desarrollo tecnológico y ámbitos esenciales para un mejor desenvolvimiento, tomando en cuenta que hoy en día más de tres cuartas partes de la población tiene acceso a la telefonía móvil, además de que el sistema financiero no solo es la bolsa de valores, sino todo lo que lo conforma, un ejemplo es la banca múltiple,

que es nutrida por los millones de tarjetahabientes en el mundo, además de todos los servicios que ésta ofrece , con el desarrollo de nuevas tecnologías, éste sector se ha visto beneficiado, el uso de celular es uno de los cimientos sobre los cuales se comienza a desarrollar un futuro ciertamente móvil, por la amplia variedad de cosas que ahora se puede hacer con ellos. (OAS, 2014).

2.9 Globalización de mano de obra

La mano de obra ha tenido una movilidad constante, tal como se aprecia en los flujos migratorios tanto en América como en Europa, pero el hecho de decir que existe una globalización en la mano de obra, se lo podemos atribuir a las empresas que necesitan el capital humano para poder llevar a cabo su producción, la necesidad de grandes empresas de conseguir mano de obra barata, hace que éstas lleven sus plantas productoras a lugares en donde los factores económicos, les permita obtener un mayor beneficio de esta situación, tal es el caso de China en el cual la oferta de mano de obra es inmensa ante la creciente población, lo cual hace que los costos de la mano de obra sean muy bajos tal vez con una especialización o una calidad inferior, comparada con otros países que estén por encima los salarios a sus trabajadores, en cualquier inversión el costo de la mano de obra va a aparecer en forma directa o indirecta, valorada de acuerdo a su productividad y, con ello, en la competitividad a nivel país. Por lo tanto, la única forma de competir con una mano de obra sobrevalorada es agregar valor a la jornada de trabajo. (OAS, 2014).

2.10 Comercio Electrónico

Es importante así mismo definir el concepto de comercio electrónico ya que muchas veces tiende a ser clasificado como el que se realiza únicamente por internet, pero el teléfono, el fax y la televisión juegan un papel importante en el desarrollo de el mismo, el uso de internet ha facilitado éste tipo de transacciones que ya se realizaban antes de la creación de la red mundial de información.

El concepto de comercio electrónico puede tener muchos significados a continuación se mencionan algunos:

“Es el conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos. Esto es un procesamiento y la transmisión electrónica de datos, incluyendo texto, sonido e imagen, según la OMC, el comercio electrónico es la producción, distribución comercialización, venta de bienes y servicios por medios electrónicos.

“Se entiende por la compra o venta de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas por métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos” (OMC, 2014)

El significado del “negocio electrónico”, éste es el sistema global que utiliza redes informáticas y en particular internet, éste permite la creación de un mercado electrónico y a distancia de todo tipo de productos, servicios, tecnologías y bienes, y que incluye todas las operaciones necesarias para concretar operaciones de compra y venta .

Pero no basta con el concepto para poder comprender sus partes relacionadas, por ello, es importante conocer su funcionamiento y las partes que lo componen.

Los elementos principales que utiliza el comercio electrónico son:

- El teléfono
- El fax
- La televisión
- Sistemas electrónicos de pagos
- Intercambio electrónico de datos
- Internet

Los inventos como son el telégrafo, la radio, el teléfono, la computadora y los ahora conocidos como teléfonos inteligentes o “Smartphones” sentaron las bases

para poder dar paso a ésta integración de la comunicación con el comercio. Aunado a esto el internet es a la vez un medio de difusión mundial, el cual se maneja como un mecanismo de integración de la información y un medio de colaboración e interacción entre los individuos independientemente de cuál sea su geo localización. (Cad, 2014)

Así mismo es necesario conocer un término que está relacionado con la parte concerniente a la tecnología y a la información, las “TIC’s” conocidas por Las Tecnologías de la Información y la Comunicación las cuales son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes, lo cual ha ayudado en una manera sustancial al crecimiento del comercio electrónico mundial.

Esta revolución ha sido propiciada por la aparición de la tecnología digital. La tecnología digital, unida a la aparición de ordenadores cada vez más potentes, ha permitido a la humanidad progresar muy rápidamente en la ciencia y la técnica desplegando nuestra arma más poderosa: la información y el conocimiento.

Una vez mencionado lo anterior, es importante conocer el concepto de “internet” el cuál es la principal causa mediante la cual se podrá desarrollar el comercio electrónico o virtual, ya que al existir esta herramienta, el flujo de información aumentó significativamente, facilitando la vida cotidiana y revolucionándola por completo desde su llegada facilitando el acceso a la información manejada, recortando los tiempos de comunicación entre personas, entre otras utilidades.

El internet creció junto con los avances tecnológicos, a medida que pasaba el tiempo el internet crecía a la par en cuanto a flujo de información como eficiencia operativa se refiere, incluso hoy en día nos costaría trabajo, recordar que hace menos de 15 años, el mundo aún no conocía el potencial del internet y mucho menos había tanta accesibilidad para conseguir una computadora, aunado a esto,

la expansión de la telefonía celular ha ayudado en gran medida a la expansión de la red de usuarios de internet, caracterizándose por el hecho de ser una herramienta útil, de fácil acceso, y rápida.

Internet representa actualmente uno de los ejemplos más exitosos de los beneficios de la inversión sostenida, la investigación y el desarrollo de tecnologías informáticas, haciendo que en estos días ésta herramienta sea conocida por la mayor parte de la población mundial, haciendo de palabras como: Outlook, google, yahoo etc. Parte del lenguaje usado a diario por las personas.

Internet actualmente es una infraestructura informática ampliamente extendida, su historia es compleja y comprende muchos aspectos: tecnológico, organizacional y comunitario, además de que su influencia alcanza no solamente el campo técnico de las comunicaciones computacionales, sino también a toda la sociedad en la medida en la que se ha incrementado el uso de herramientas “on line” para llevar a cabo el comercio electrónico, la adquisición de información y la acción en comunidad. (Cad, 2014)

2.11 Historia del Internet

Acudiendo un poco a la historia, se puede decir que el precursor del Internet se remonta a los años 60, con la guerra fría en pleno apogeo, todo esto fue creado por Estados Unidos como una red militar, la cual en caso de un Ataque Ruso desde cualquier punto de el país se pudiera tener acceso a la información militar rápidamente, la fecha en la cuál se creó no es precisa, solo se sabe que fue en el año de 1969 y se le conoció como “ARPANET”

Por las características para lo que fue creada esta red, se puede decir que se basa completamente en los flujos de información, para tener más conectividad entre puntos distantes, después de tiempo transcurrido y desarrollo de nueva tecnología, la red ya no solo era de uso exclusivo militar, se abrió al mundo y cualquier persona con fines académicos o de investigación podría tener acceso a ésta red.

A partir de 1985 la internet ya era una tecnología establecida, aun con poca difusión, y era bastante limitada, para 1990 se desarrolló la llamada NSFNET que fue un impulso ya que llegó a los 100,000 servidores a principios de la década, de igual manera se crearon los hipervínculos y se crea el ahora conocido “WWW” o World Wide Web, esto facilitó de forma notable la accesibilidad a la red ya que con la creación de el “WWW” vino también el desarrollo de los llamados “buscadores” o “navegadores” que facilitarían posteriormente la búsqueda de la información en la red. (Cad, 2014).

Con la creación de éste sistema se han ido incluyendo más aportes tecnológicos en cuanto a el desarrollo de la red mundial, que posteriormente darían paso a la creación del comercio electrónico o virtual, el cual ya se puede considerar como básico para muchas personas hoy en día, así como el uso de internet en nuestra vida cotidiana, aún sabiendo esto la red del futuro no solo se enfocará a vender cosas o a facilitar la extensión de los negocios, es más una revolución sobre la forma de hacer pasar esto.

Existen varios tipos de negocios en internet; algunos ejemplos son:

- E-commerce; éste es el de involucrar el comprar y vender productos, información o servicios sobre la red
- E-bussines: Es la liga de toda la cadena de valor; concepción y creación del producto, manufactura y producción, distribución, consumo.
- E- organization: Es la combinación de ambas, así como se han visto muchos beneficios que ofrece la red para hacer negocios, sin embargo, no todos hacen negocio con éste medio, como en todos los métodos, hay ciertos impedimentos y algunos de ellos son los siguientes:
 - ✓ Falta de velocidad
 - ✓ Inflexibilidad
 - ✓ El deseo de la empresa
 - ✓ Viejos modelos de negocios

- ✓ Enfoque interno
- ✓ Habilidades y hábitos
- ✓ El deseo de perfección

Sabiendo de donde viene el internet, el saber hacia dónde se dirige podría sonar un poco incierto, ya que en 14 años ha habido una gran expansión tecnológica en el ámbito de la informática sobre todo, lo cual como se ha mencionado, ha contribuido de igual manera al desarrollo de nuevas tecnologías, basadas en la misma informática.(Reynolds, 2001).

Una vez definido el concepto de la globalización y todo lo que conlleva, y de igual forma sabiendo los orígenes del internet, se puede comenzar a desarrollar el comercio virtual o electrónico, en la economía actual.

El concepto de comercio electrónico no solo es el hecho de comprar y vender productos en línea, muchas empresas han abarcado ahora todo el proceso de línea de desarrollo, mercadotecnia, entrega, venta, servicio y pago de productos y servicios, todo esto negociados en mercados globales interconectados de clientes, con el apoyo del internet a través de una red mundial de socios de negocio.

A pesar de la corta historia del comercio electrónico, se pueden identificar diferentes etapas de la evolución del software utilizado para su funcionamiento.

1. Comenzó con un simple formulario HTML, lo cual era práctico en sus inicios, éste formulario fue capaz de recoger la orden y enviarla por correo electrónico al vendedor, sin embargo cuando el número excedía de tres o cuatro se hacía imposible presentar los pedidos de acuerdo sus descripciones y datos del comprador en una sola página, para sus inicios estuvo bien, pero a la larga demostró ser obsoleto y se implementaron nuevas maneras de poder agilizar la información.
2. El segundo paso consistió en crear el llamado “carro de compra”, la tienda con esto puede presentar un número infinito de productos, cada uno de ellos en su propia página y el cliente solo tiene que señalar cuales son los

productos que desea adquirir, a esto se le sumó la posibilidad del programa de calcular los montos de compra, los montos de envío, impuestos y el tipo de cambio.

3. El tercer momento o generación por así llamarla, ya presenta almacenes electrónicos con amplias funciones de administración y trato personalizado para cada cliente, el propietario es capaz de realizar cualquier tipo de tareas de actualización de productos.

Con éste modo se puede ver el avance en el software utilizado en el comercio electrónico y a esto le atañen otros procesos para comprobar la calidad, la rapidez, confiabilidad y la seguridad la cual es un punto muy importante sobre el comercio electrónico, hasta hace poco se podría considerar que la red mundial de información, es un foco de atracción para organizaciones delictivas, o personas con tendencia criminal a utilizar ésta herramienta con un fin distinto, ya que al no haber una regulación por lo difícil que puede resultar, es muy fácil que cualquier persona pudiera estar en la red sin saber nada sobre el mismo, y mucho menos saber las intenciones que éste podría tener, sin embargo en tiempos recientes la seguridad informática ha tomado un papel importante para poder salvaguardar a la gente que utiliza él internet , como la protección de sus datos personales.¹

Todo esto viene a colación de que una de las principales características del comercio electrónico, es el hecho de que en el pueden participar todo tipo de individuos, conocidos, desconocidos, ya sea personas físicas o morales, entidades públicas o privadas.

Para generar la confianza de las partes participantes del comercio electrónico (proveedores y consumidores) es necesario defender la confidencialidad y seguridad de las operaciones comerciales, a través de mecanismos eficaces que las garanticen, sin dejar de lado la necesidad de asegurar a cada uno de los agentes que intervienen en la transacción comercial, además de la necesidad de

¹¿Cómo funciona y que debe ofrecer el software para el comercio electrónico?
<http://www.maestrosdelweb.com/eco/> (2014)

preservar la confidencialidad de los datos (número de cuenta bancaria, tarjetas de crédito, etc.) de los usuarios y la seguridad de las transacciones que realizan.

Otra característica es la razón de que es imposible saber en qué dirección va creciendo el internet, ya el mercado que se desarrolla en el tiene un potencial incalculable, así como una expansión ilimitada, pero todo esto con la creciente necesidad de contar con los procesos de seguridad debidos.

Es necesario diferenciar entre los tipos de comercio electrónico, según el tipo de transacción.

Comercio electrónico Directo:

Es aquel en el cual tanto el pedido, como el pago y el envío de los bienes intangibles o tangibles y servicios, se producen online, como es el caso de:

- Transacciones u operaciones vinculadas con viajes
- Venta de boletos
- Software
- Toda la rama de entretenimientos
- Servicio de banca
- Venta de inmuebles
- Asesoría legal
- Consejos de salud
- Temas de educación
- Servicios por parte del gobierno

Entre otros.

Comercio Electrónico indirecto:

Consiste en adquirir bienes tangibles que necesitan luego ser enviados físicamente utilizando para ello los canales o vías tradicionales de distribución.

Ejemplos:

- Artículos de tiendas departamentales
- Artículos de páginas dedicadas a comercio electrónico
- Productos comprados en otros países vía internet
- Productos orgánicos propios de alguna región
- Productos electrónicos importados²

A continuación un diagrama mediante el cual se puede apreciar la manera en la que el comercio electrónico innova en el sector de un negocio tradicional:

Cuadro No. 1 Comercio Electrónico Vs Comercio tradicional

Factor	Comercio Tradicional	Comercio electrónico
Cliente	Conocido	Anónimo
Variedad de productos	Limitada	Ilimitada
Horario de Atención	Limitado	24 x7
Asistencia a la venta	Uno por vendedor	Todos los que entran
Costo de la acción de vender	Existe	Es marginal
Utilización del espacio Físico	Para vender	Para ahorrar costos

Fuente: E-commerce. Elaboración Propia

De la misma manera en la que se puede apreciar la forma en la que ayuda el comercio electrónico al mercado tradicional, es posible imaginar que de la manera en la que el comercio tradicional crece, lo hace exponencialmente la empresa grande con un mercado más amplio.

Desde la perspectiva del comprador con el comercio electrónico, se pueden identificar varios aspectos como:

² Comercio electrónico, conceptos y desarrollo <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-05.htm> (2014)

- la necesidad específica del comprador
- la facilidad de localizar el producto deseado que satisfaga su necesidad
- seleccionar al vendedor de la preferencia que se desee
- al negociar la transacción es posible acordar la logística de la entrega
- la inspección del producto y la aceptación del mismo
- La existencia de diferentes maneras de pago

2.12 Efectos y dificultades del comercio electrónico

En toda actividad económica, existen efectos que ésta misma genera y también existe el entorno que obstaculiza en cierta manera ésta actividad, las cuales pueden ser desde externalidades o problemas sistemáticos en el medio en el que se quiere desenvolver.

En el caso del comercio electrónico se puede diferenciar en base a las ventajas y desventajas que éste tiene en el entorno en el que se desenvuelve

Ventajas y desventajas del comercio electrónico:

Ventajas:

- La rapidez en el medio
- La reducción considerable de costos
- La desaparición de intermediarios
- El acceso es abierto a todo público

Desventajas:

- La desocupación
- Dificultad de identificar a las partes relacionadas
- Existen importantes riesgos de seguridad

A lo anterior mencionado se pueden identificar diferentes efectos que ha tenido el comercio electrónico en el corto y en el largo plazo. (OMC, 2014)

Efectos inmediatos:

- Aumento de las inversiones en tecnologías de la información
- Aumento de la demanda de mano de obra calificada asociada a estas tecnologías
- Aumento en los salarios en las ramas de actividad de estas tecnologías
- El paso a tercer lugar de los servicios en las empresas manufactureras
- Optimización en la administración de inventarios
- Optimización de la distribución de bienes y servicios
- Disminución de la intermediación
- Caída de los costos operativos
- Disminución de ganancias en empresas que no están asociadas al internet
- Nuevas formas de competir
- Etc...

Efectos mediatos:

- Aumento de la inversión en infraestructura física
- Modificación de las formas de gerenciamiento empresarial
- Modificación del comercio minorista
- Modificación de las formas de enseñar y educar
- Reducción de la comprensión del mercado interno y externo

Así mismo, al existir este medio de comercio, cobra importancia la manera de realizar los pagos correspondientes, ya que al no existir un posible lugar donde efectuar la transacción debe de haber un medio capaz de hacerlo con la misma velocidad del internet, la importancia que toma la banca electrónica es el pilar de ésta nueva modalidad de comerciar.

Una vez más se puede apreciar que la tecnología y sus avances facilitan mas las actividades cotidianas, no solo en el ámbito comercial, como ésta misma lo ha demostrado a lo largo del tiempo.(OMC,2014)

2.13 Amenaza al negocio tradicional

El mismo desarrollo de la tecnología y el comercio electrónico han logrado ampliar mercados emergentes, pero también tienden a afectar a las tiendas tradicionales en varias formas, pero el principal golpe radica en el fenómeno que hace que la mayor parte de las transacciones sean automatizadas y con esto no tenga un “sentido humano” como lo es en los negocios tradicionales, la parte de los vendedores y el poder de convencimiento para ofertar un producto no es necesaria ya que la mayor parte de los compradores sabe lo que va a adquirir antes de buscarlo en un mercado en la red, y para esto solo se necesita una computadora o un dispositivo para poder ingresar a internet y una tarjeta de crédito, con esto ya no hay contacto humano alguno en éstas nuevas transacciones. Por la facilidad y comodidad que representa, se pone en riesgo a muchos negocios que operan tradicionalmente.

Habiendo mencionado lo anterior es necesario conocer una de las principales herramientas del comercio electrónico a escala microeconómica: la tarjeta de crédito.

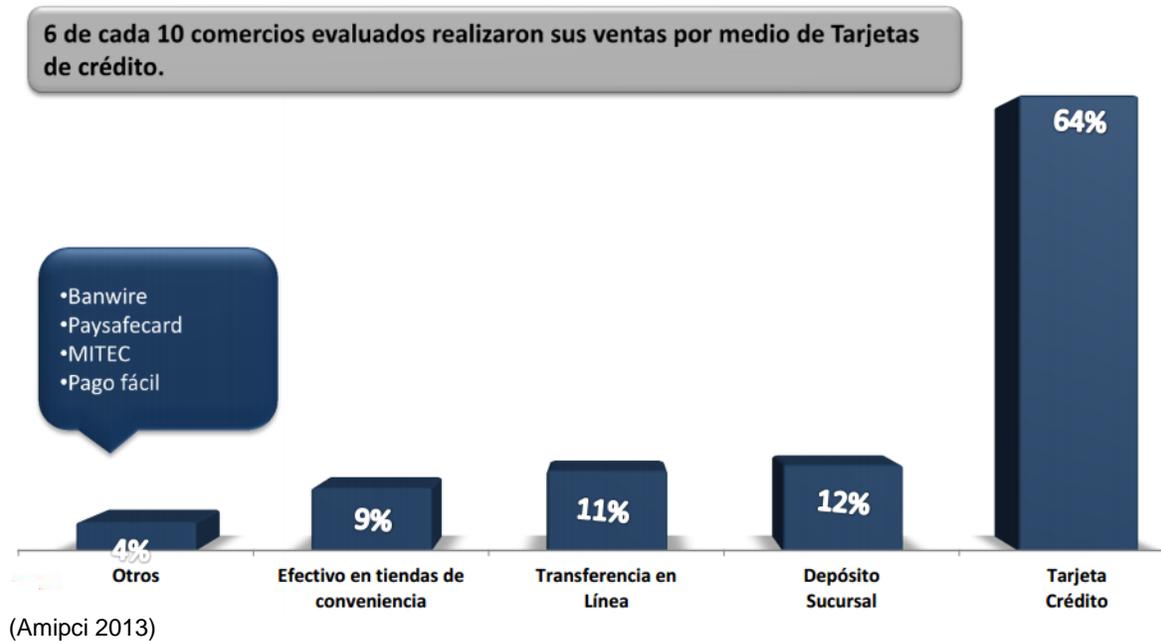
Por la facilidad de uso que tiene la tarjeta de crédito, los internautas han hecho de ésta el principal medio de pago en sus compras en internet, hay que hacer énfasis en el hecho de que la expansión de la banca hacia el terreno virtual, es vital para el desarrollo del comercio electrónico a cualquier escala, en 2013, se sabe que el 83% de los internautas cuentan con por lo menos un producto o servicio que ofrece la banca múltiple, lo cual no ha sido exclusivamente gracias a la tecnología, sino al desenvolvimiento del mercado financiero y al efecto que genera en los consumidores desde años atrás.

En otro dato más del 40% de las personas que poseen algún producto o servicio bancario, tienen más de 8 años manejando éste tipo de productos, lo cual hace al mismo tiempo, que el aumento a tener nuevos clientes potenciales, sea menor por el hecho de que éstos ya tienen o tuvieron éste tipo de productos,. (amipci 2014)

La tecnología en ésta parte, facilita a los usuarios el uso y operaciones de sus cuentas, aún esto representa un tope en la confianza del usuario a acceder a la banca electrónica por el hecho de no tener la suficiente confianza con el sistema o con la seguridad en internet, aún con esto las personas empiezan a preferir el uso de tarjetas de crédito y debito como principal forma de pago, aún cuando esto no tenga que estar involucrado con el uso de la banca electrónica, ya que el medio de pago y la administración del medio de pago, son 2 cosas completamente distintas. (OMC, 2014).

En general, sea por seguridad o por el simple hecho de comodidad, la gente emplea la tarjeta de crédito como si fuera dinero en efectivo, la siguiente Figura ejemplifica más el uso de éstas:

Principales métodos de pago



El 64% de los comercios encuestados realizaron sus ventas a través de tarjetas de crédito, lo que representa un abaratamiento en el medio de pago, así mismo las ventas en sitios de internet tienen como principal medio de pago, las tarjetas de crédito, además de que éste medio cuenta con promociones a meses sin intereses lo cual es un factor muy importante para el uso de las mismas.

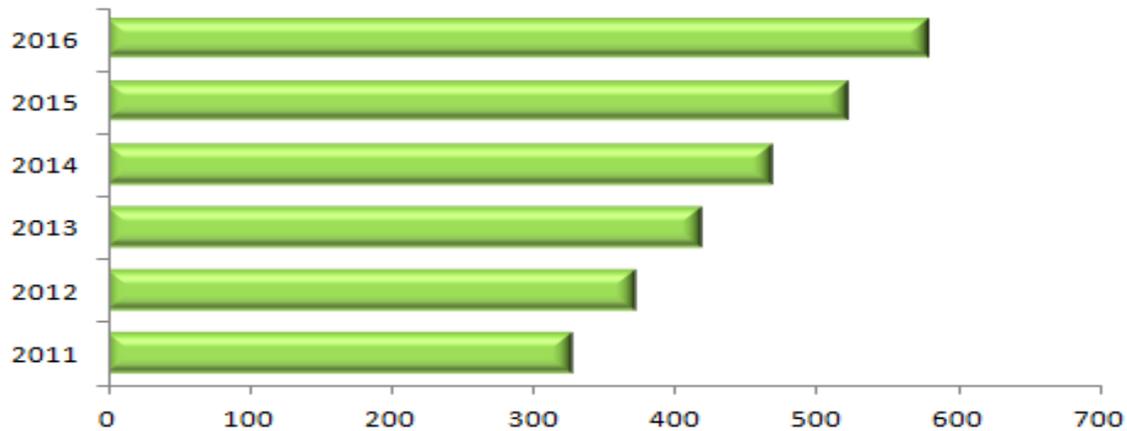
2.14 El comercio electrónico a nivel mundial

Estados Unidos

Es indudable que el gobierno de Estados Unidos ocupe el primer plano en la promoción, difusión y desarrollo del comercio electrónico, es importante destacar que en el ámbito interno se encuentra desarrollando el programa denominado “infraestructura nacional de la información” que coordina numerosos proyectos vinculados con ésta nueva forma de comerciar. Por otra parte, diferentes agencias y organismos gubernamentales se encuentran diseñando conjuntamente la arquitectura del comercio electrónico que será empleado en el sector público, además de que numerosas iniciativas del sector privado en materia de comercio electrónico se encuentran ligadas a proyectos del gobierno por convenios, o por el programa de “infraestructura nacional de la información”

Todo esto indica el creciente interés del gobierno de Estados Unidos de difundir e instalar el comercio electrónico en la sociedad norteamericana como una forma común de comercio, para emplear la tecnología informática en todo su potencial y desarrollar un entramado de redes que otorgue acceso universal a los potenciales consumidores, vinculados a todos los sitios donde se ofrezcan bienes y servicios, sin importar la localización geográfica o la especificidad de la red a la que éstos sitios se encuentren conectados. La siguiente figura ejemplifica el crecimiento reciente y una supuesta proyección a 2016

Gráfica 1 Estados Unidos (ingresos por concepto de comercio electrónico por año)



Fuente: E-commerce 2013 Billones de Dólares *

Elaboración Propia

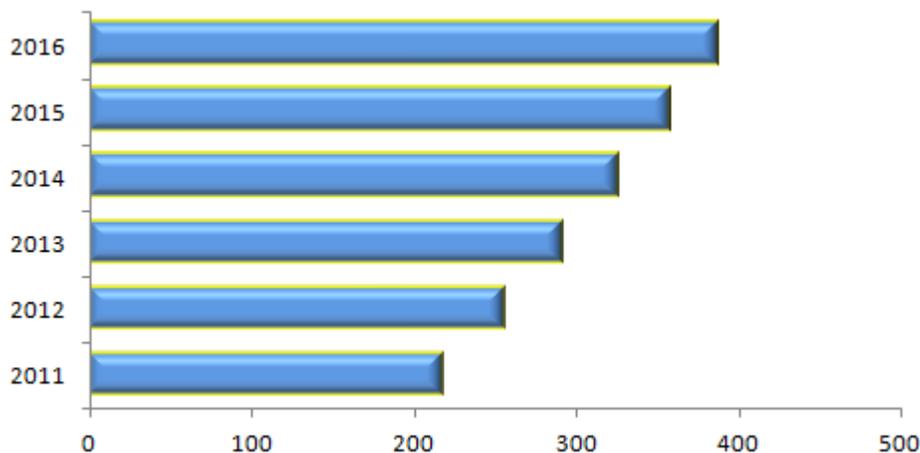
La Unión Europea

La unión europea a principios de los años ochenta en sus programas de investigación y desarrollo incluyo proyectos destinados a promover y apoyar la constitución de redes informáticas transeuropeas, por otra parte paralelamente a las investigaciones enunciadas, mantuvo vigente el sistema EDI y TEDIS (un proyecto de sistema de transferencia electrónica de datos para uso comercial). En el área de las tecnologías informáticas aplicadas al comercio. En 1994 a petición del consejo de Ministros, un grupo de empresas de primer nivel especializadas en tecnologías de la información, formularon recomendaciones específicas para el desarrollo de una infraestructura europea de la información, entre las que incluyeron cuatro vinculadas al comercio electrónico.

Después de 1994 la Comisión Europea lanzó oficialmente una iniciativa sobre comercio electrónico, en cuyo marco se inició la investigación y desarrollo sobre logística, sistemas multimedia, armado de redes de alta referencia y transformación tecnológica integral del mundo de los negocios. Además existe el proyecto SEMPER (mercado electrónico protegido para Europa) apoyado por un consorcio de industrias que financian para la unión europea el desarrollo de un

modelo genérico, abierto y protegido del comercio electrónico, dirigido a amparar el periodo de constitución y armado de infraestructura necesaria para ejercer esta nueva forma de comerciar. Cabe agregar que se han desarrollado proyectos destinados a posibilitar intercambio electrónico de documentos administrativos entre los agentes de los países miembros en las áreas de la salud, la seguridad social, las aduanas, además de otras iniciativas designadas a realizar igual tarea en otros segmentos de la actividad económica administrativa. La tendencia creciente de la siguiente figura muestra similitudes a las presentadas en Estados Unidos.

Gráfica 2 Unión Europea (ingresos por concepto de comercio electrónico por año)



Fuente: E-commerce 2013 Billones de Dólares*

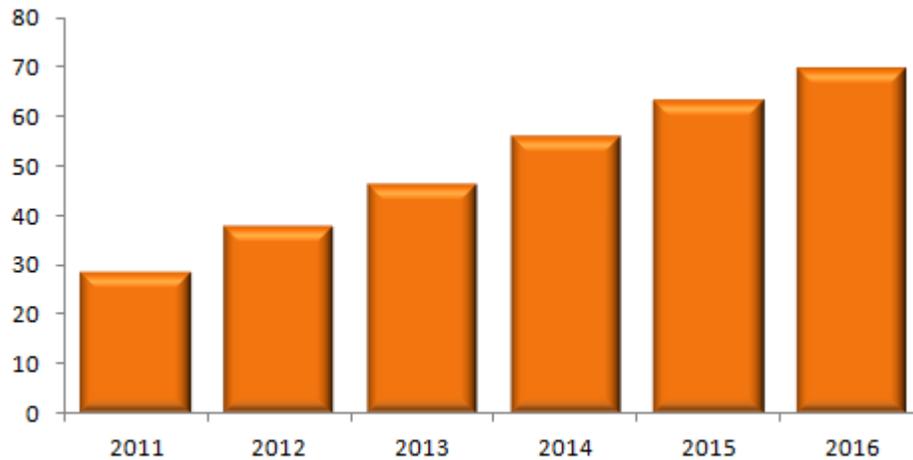
Elaboración Propia

América Latina

En América Latina, como en muchas otras regiones, la comunicación basada en la red se ha visto obstaculizada por la falta de infraestructura. Pero la liberalización y privatización están mejorando la infraestructura y favoreciendo el acceso. La experiencia chilena demuestra que un entorno reglamentario nacional favorable y la liberalización progresiva de los sectores de telecomunicaciones y la tecnología

de la información favorecen el acceso del país a las redes internacionales de comunicación. Las políticas de enseñanza han tenido en cuenta el entorno variable de la era de la información: todas las escuelas secundarias y la mitad de las escuelas primarias de dicho país disponen de infraestructura para acceder a internet, lo cual permite que los niños se acostumbren a los ordenadores y a internet. Los países en éste bloque pueden beneficiarse enormemente del comercio electrónico y de internet, pero es necesario resolver problemas fundamentales relativos al acceso y la formación, también ofrece considerables oportunidades de aumentar el crecimiento económico y su bienestar. La figura siguiente representa de igual manera la tendencia en los ingresos generados por el comercio electrónico en América Latina.

Gráfica 3 América latina (ingresos por concepto de comercio electrónico por año)



Fuente: E-commerce 2013 Billones de dólares*

Elaboración Propia

Como se puede observar en las tres regiones la tendencia en los ingresos generados por causa del comercio electrónico es creciente, pero esto se debe principalmente al aumento de los usuarios de internet o “internautas” por región, la cual en la siguiente figura se puede observar de igual manera una tendencia creciente al uso de internet

Cuadro No. 2 Usuarios de internet por región					
Región	2000	2001	2002	2003	Crecimiento
Norteamérica	85.5	101.4	117.2	133.5	16%
Europa Occidental	56.6	75	87.9	104.9	123%
Europa Oriental	0.4	0.4	0.6	0.8	26%
Asia/ Pacífico	37.8	56.8	76.8	95.8	36%
Latino América	8.1	11.8	15.6	19.3	34%
Medio Oriente	2.4	3.7	5	6.3	38%
Africa	1.2	1.2	1.25	1.3	3%
Total	192	250.4	301.35	361	

Fuente: E commerce 2004

Elaboración Propia

Con el análisis de el crecimiento de usuarios, e ingresos, se puede observar que van estrechamente ligados, todo esto se da con los avances tecnológicos en el campo de la informática. Éste análisis es basado en los datos mundiales de internet, a continuación un análisis Nacional sobre el comercio electrónico.

CAPÍTULO 3

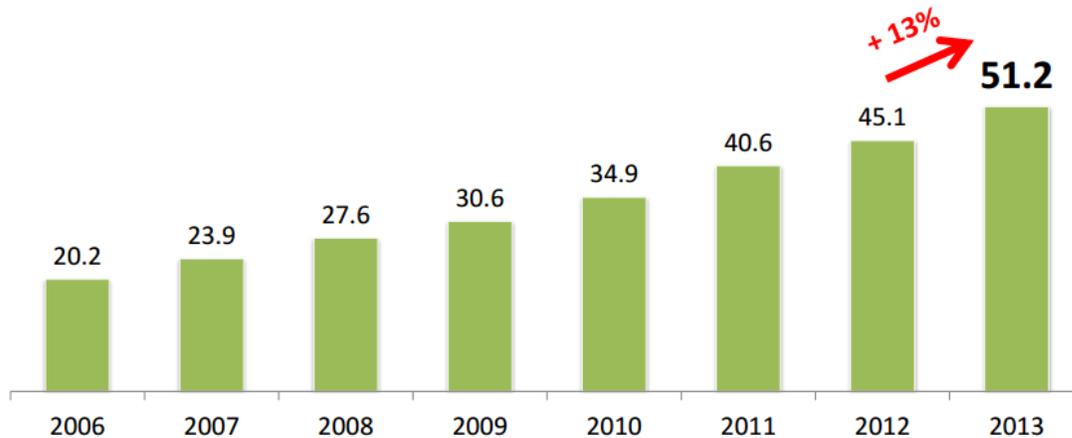
El comercio electrónico en México

3.1 Introducción al comercio electrónico en México

Desde el punto de vista de análisis es importante considerar varios campos, para podernos así dar una idea sobre el crecimiento en internet, así como de los hábitos de la población en su forma de desenvolvimiento con ésta útil herramienta.

El poder observar los hábitos que tiene una muestra poblacional, es una de las mejores maneras para poder averiguar cómo se ha comportado el crecimiento del uso de ésta, en México que es el caso específico en el cual se hará el análisis del crecimiento en base a indicadores y cifras oficiales del “AMIPCI” podemos notar como primer punto que el número de usuarios de internet va en aumento considerable y sostenido a través de los años como se muestra en la Figura No.1

Figura No.1 Histórico de Usuarios de Internet 2006-2013



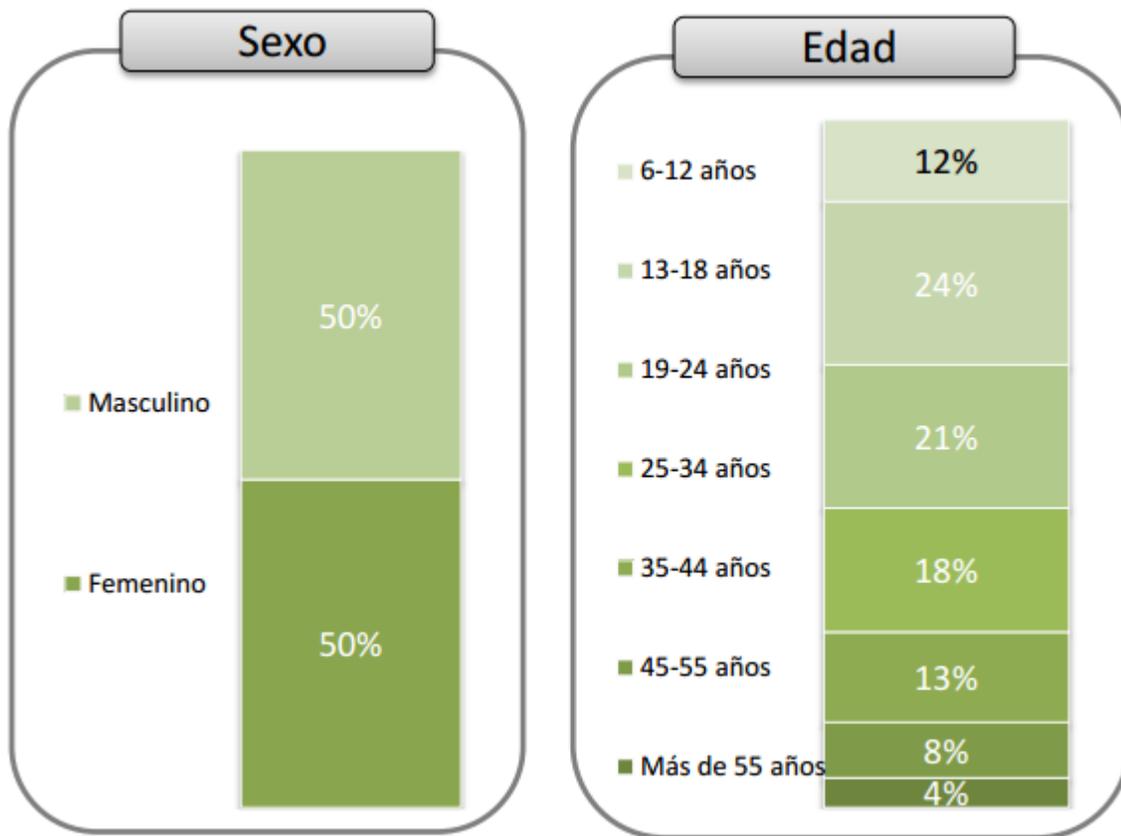
* Cifras en millones calculadas por el Ifetel al mes de diciembre de 2013. Con base en información del Inegi y la AMIPCI.

Fuente: Amipci 2013

En la Figura No. 1 se observan los valores obtenidos en cuanto al aumento del uso del internet en la población, lo cual se le puede atribuir a muchos factores, como uno de los más importantes, el uso de los Smartphones, los cuales necesitan establecer una conexión a internet para poder realizar muchas de las actividades para lo que están diseñados, es importante mencionar que los precios de éstos dispositivos son más accesibles que una computadora y permiten aumentar la población con acceso a internet. (amipci 2014)

Además de conocer la tendencia del uso del internet, es importante observar las características con las que cuenta la misma muestra poblacional, todo esto para poder efectuar un mejor análisis, se muestra en la Figura No. 2 el perfil del internauta.

Figura No. 2 Perfil del Internauta



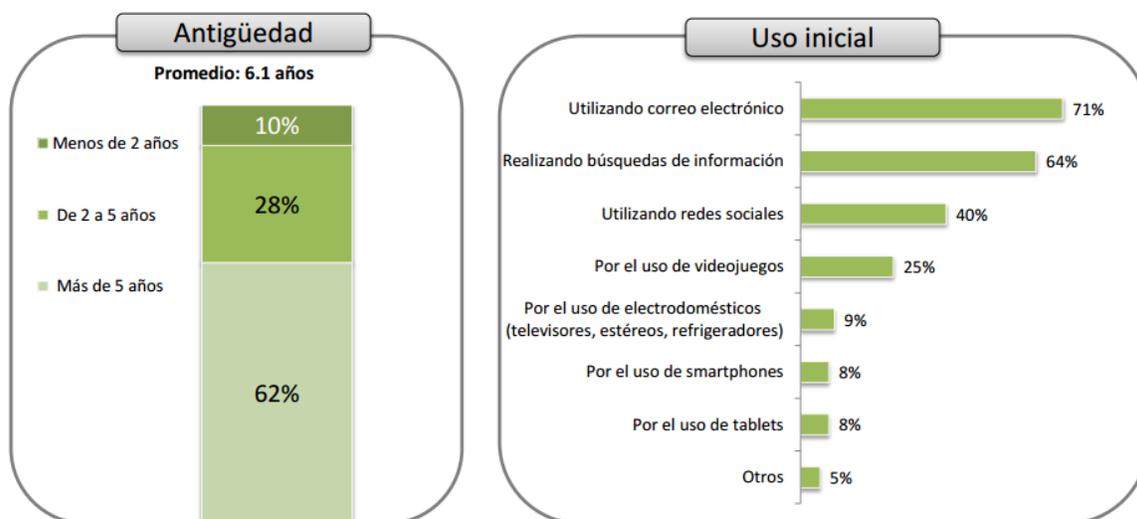
Fuente: Amipci 2013

Con la figura No. 2 se observa que la distribución es equitativa entre hombres y mujeres internautas, con respecto a la edad la población que ocupa más rango es la de edades de de 13 a 24 años, lo anterior en los últimos años se ha dado por un fomento al uso de las nuevas tecnologías ya que se utiliza la computadora con mucha frecuencia para desarrollar actividades cotidianas.

De igual forma, se debe conocer la antigüedad que pueden llegar a tener los usuarios de internet, lo cual se va acentuando cada vez más el promedio, ya que no todos pueden ser de alguna manera “nuevos en el uso de internet” además del hecho de que con el tiempo se van cambiando los mismos hábitos de consulta. (amipci 2014)

Los datos mostrados en la figura No.3 reflejan las actividades en las que hay un mayor uso, y en lo que el comercio aprovecha para tener una mayor presencia en cuanto a el impacto que puede tener la venta, o anuncio de productos.

Figura No.3 Comienzo Como Internauta



Fuente: Amipci 2013

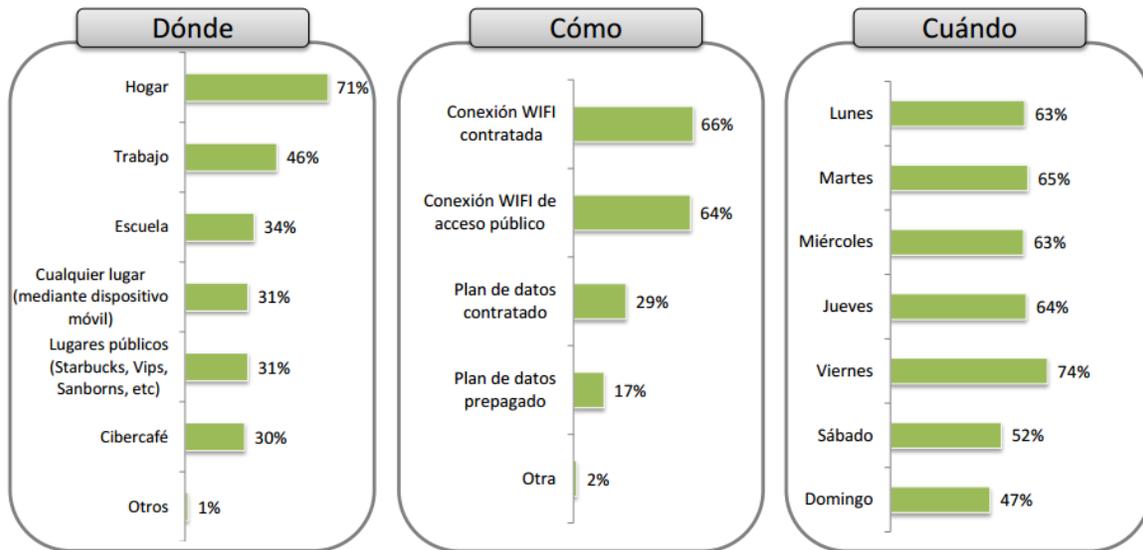
Acorde con la información de la figura No. 3, los usuarios en México tienen un promedio de más de 5 años con el uso y la familiarización del internet, la población en su mayoría utiliza el internet para el uso de correo electrónico.

En segundo lugar se encuentra la búsqueda de información, esto debido a la accesibilidad, y la rapidez para encontrar cualquier tipo de información en la red.

Como tercer lugar se encuentra una de las principales fuentes de información en el mundo, las redes sociales, se tiene una tendencia al uso de éstas, ya que es una de las nuevas formas de entretenimiento en el mundo, éste aspecto nos da como resultado que México esté en altamente posicionado mundialmente en el uso de las mismas, ya que impulsado por los smartphones, ha ido ganando terreno en éste aspecto. Como dato adicional, el estudio revela que el tiempo promedio por conexión de los internautas es de 5 horas aproximadamente, el cual va en aumento con respecto a los años anteriores, con esta información podemos observar el impacto que comienza a tener el uso de internet en la sociedad, ya que pasan más de $\frac{1}{4}$ de su tiempo, en el uso del internet.

Entre los hábitos de los internautas, es importante destacar, el donde, como y cuando logran acceder a internet, esto da una visión más amplia sobre el modo en el que se van incorporando las nuevas tecnologías a los usuarios ya que de aquí también se puede partir para ver el desarrollo del comercio electrónico mediante las costumbres de la población. (amipci 2014)

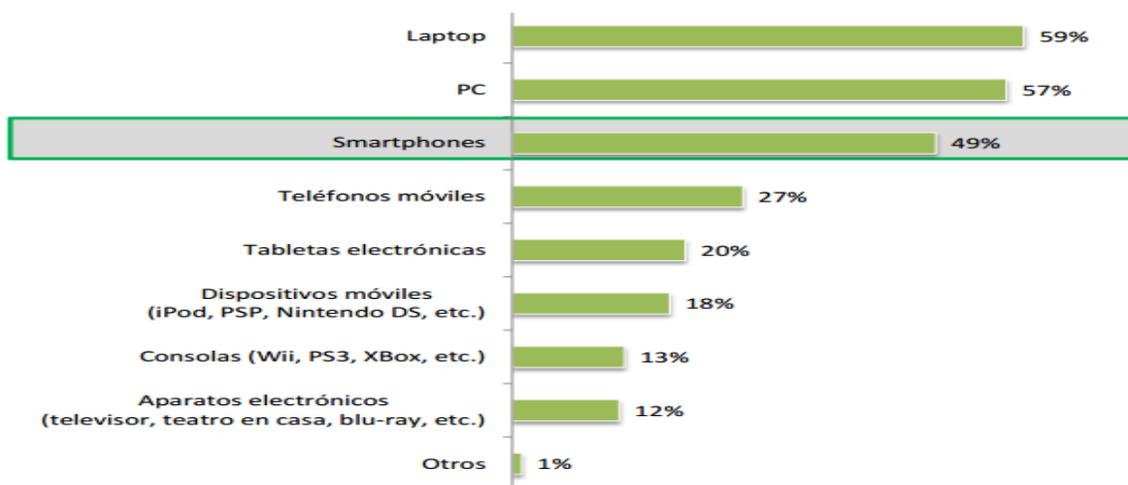
Figura No 4. Fuente de Conexión a Internet



Fuente: Amipci 2013

En el análisis de la figura 4, se observa que el hogar es el lugar predilecto para establecer la conexión, ya sea por comodidad, o por el hecho de tener la conexión WIFI en el mismo, ya que el cómo se conectan a internet, depende de éste tipo de conexión en su gran mayoría. (amipci 2014)

Figura No. 5 Principales Dispositivos de Conexión



Fuente : Amipci 2013

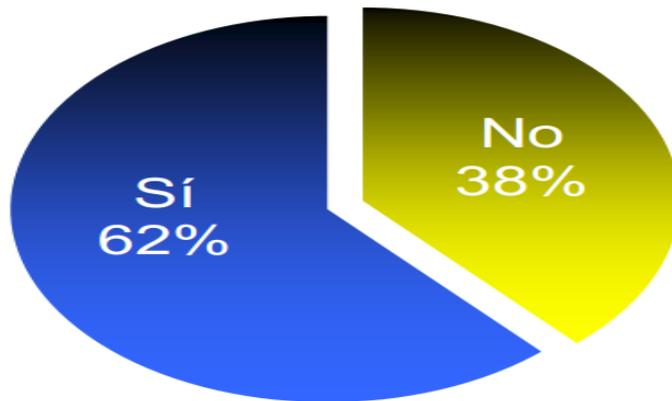
En la figura No 5, se observa que el principal medio para poder acceder a internet sigue siendo una computadora, pero se ha mencionado anteriormente, el uso del Smartphone va en aumento, debido a la portabilidad y facilidad de acceder a internet, en resumen de ésta figura, una de cada cinco personas, acceden a internet vía Smartphone.

Otro factor en el comienzo del uso del internet de los nuevos internautas, es la influencia que pueden tener del entorno, ya que las personas que tienen hijos, y usan internet, suelen enseñar a sus hijos a tempranas edades a usar ésta herramienta en beneficio de sus actividades, principalmente con fines educativos y en segundo lugar por esparcimiento. (amipci 2014)

3.2 Crecimiento del comercio electrónico en México

Una vez visto el avance de la tecnología y el cómo se desenvuelve, en especial el internet y la importancia que tiene en el entorno actual, se puede pasar a el crecimiento del comercio virtual en México, el cual junto con el desarrollo del internet van de la mano creciendo conjuntamente tal y como muestran las cifras de estudios.

El acceso a internet mediante dispositivos portátiles se ha convertido en una de las causas para el crecimiento acelerado, tanto de accesibilidad a internet, como para expandir el mercado comercial de muchas marcas, las cuales van desde nuevos teléfonos celulares, nuevas computadoras, nuevos productos de consumo inmediato, y un sin número de productos más, los cuales se han visto beneficiados con ésta expansión, pero esto es importante segregarlo y diferenciar varias cosas, en la Figura No. 6 se muestra la posesión de teléfonos celulares en áreas urbanas, (al año 2009):

Figura No. 6 Posesión de teléfono celular en áreas Urbanas

Fuente: Amipci 2009

A pesar de que los datos recabados son del año 2009, se observa como la tecnología ha comenzado a ganar terreno entre las personas de las comunidades urbanas, con certeza se puede decir que si ésta gráfica estuviera actualizada con datos del 2014, el uso de éste estaría por encima del 80%, no solo por el tema de la comunicación, sino por el creciente mercado de los smartphones.

En zonas rurales el uso del teléfono móvil es más bajo, debido a las limitaciones que se tiene, pero no obstante, es también una zona la cual comienza a extenderse, logrando una mayor cobertura.

Poniendo esto como un antecedente, es seguro que la población que antes contaba con un teléfono celular en 2009, ahora tenga en su posesión un Smartphone, el cual brinda más opciones en cuanto a conectividad a internet, en 2009, el 70% de las personas que tenían un celular, no contaban con un “teléfono inteligente” contra un 11% que hacían constar que tenían uno, (fuente: TGI México 2008 wave I+II) Esta parte de la población que contaba con un celular es posible que hoy en día en su mayoría cuente con un Smartphone.

Conforme se va dando la integración de nuevas tecnologías y sistemas operativos para teléfonos inteligentes, tanto en aplicaciones móviles como en nuevas maneras de poderse comunicar (vía Smartphone) se va incrementando

gradualmente el uso de éstos, como el abandono de tecnologías que antes podíamos considerar como esenciales en un teléfono, el ejemplo más claro es el uso de los mensajes de texto, los cuales se han visto dramáticamente desplazados por el uso de mensajería vía internet.

Se puede considerar que aún siendo la telefonía celular uno de los principales indicadores de crecimiento de la tecnología y el uso de internet, no es capaz aún de sustituir a las computadoras, que también por obvias razones, cuentan con una conexión a internet, el uso de éstas de igual manera está representado en el uso del internet en la casa y en la oficina, lo cual para efectos de consideración de conectividad, aún conserva su papel importante dentro de las principales fuentes de conexión a internet. (amipci 2014)

3.3 Crecimiento de mercado

De manera normal hoy en día podemos hablar sobre el impacto que puede llegar a tener el marketing y la publicidad en nuestra perspectiva sobre los productos que tenemos a nuestra disponibilidad inmediata, podemos decir que basamos todo nuestro juicio sobre algún producto, por el simple hecho de las estrategias de marketing que se manejan en el entorno actual, por ello es importante hacer referencia a éstas prácticas, esto solo pensado en estrategias utilizadas en anuncios en la calle, en la televisión, en el cine, y en muchos otros lugares, si a esto le sumamos el uso del internet, podemos darnos cuenta de que sin duda ha ayudado de manera significativa al crecimiento de la plataforma virtual comercial.

Es de destacar que el comercio electrónico principalmente se concentra en el sector servicios, esto puede ser como las compras de:

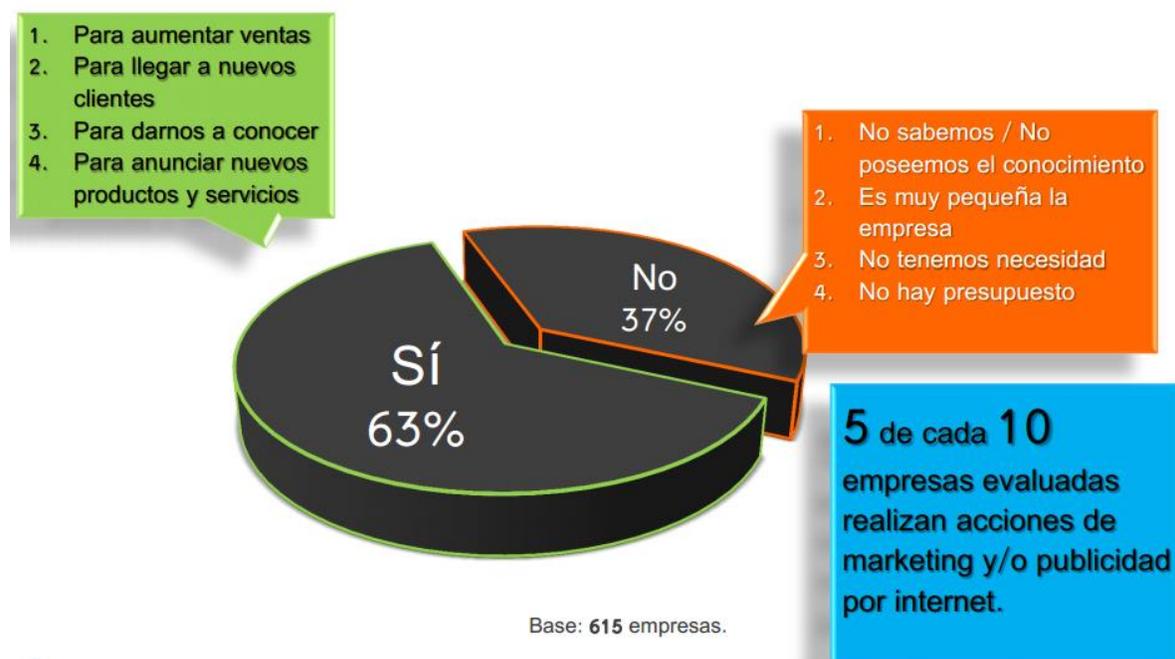
- Boletos de avión o camión
- Boletos para espectáculos
- Reservaciones para hotel
- Aparatos electrónicos
- Ropa y accesorios
- Computadoras

- Libros y revistas electrónicos o físicos
- Software
- Teléfonos celulares
- Música y películas

Todo esto basado en los internautas mexicanos que han comprado alguna vez por internet, por lo cual toma mayor relevancia el uso de la publicidad para poder lograr mayores ventas en el medio.

La gráfica siguiente nos ejemplifica un poco más sobre el uso del marketing y la publicidad por internet, todo esto a la larga tiene un beneficio sustancial al comercio electrónico, ya que incrementa exponencialmente a los posibles compradores. En la figura No. 8 se muestra el uso del marketing por internet (amipci 2014)

Figura No. 8 Acciones de Marketing y publicidad por Internet

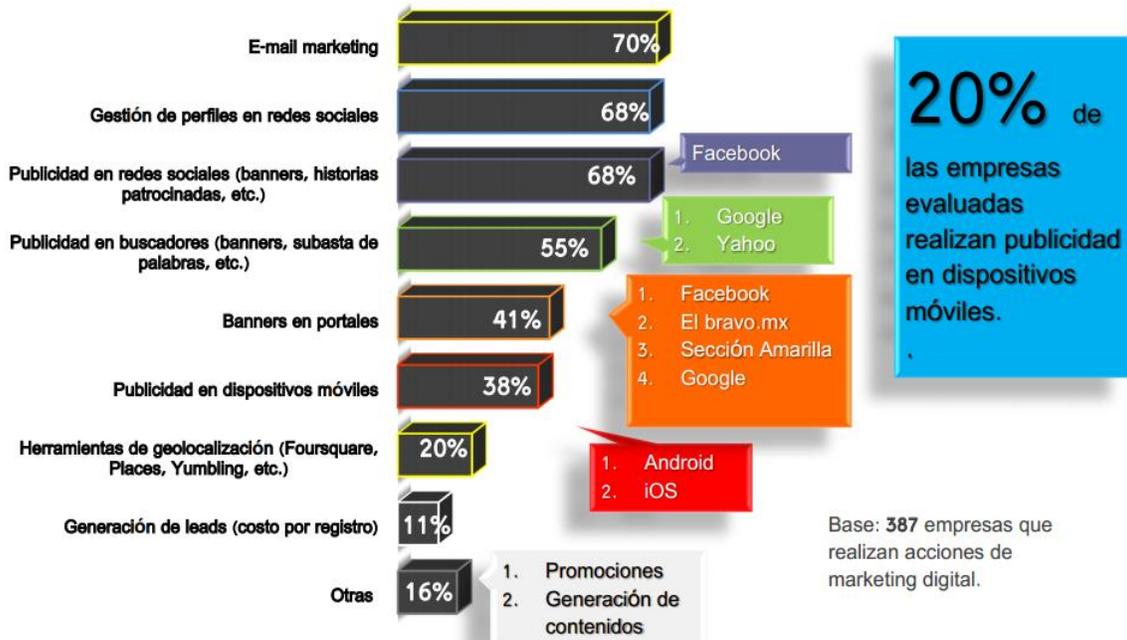


Fuente: Amipci 2014

Las medidas tomadas por las empresas ante la creciente necesidad de anunciarse, hace que 5 de cada 10 empresas en la encuesta, realicen marketing o publicidad por internet, ya sea con fines específicos, como pueden ser el de aumentar sus ventas, o simplemente para darse a conocer.

Dentro de las empresas que no utilizan ésta práctica, se puede considerar que no lo hacen por distintos factores que no deben de ser una barrera para el no hacerlo, ya que son variables que fácilmente se pueden resolver, como es el caso de el conocimiento nulo en la herramienta, o el hecho de considerar muy irrelevante el uso de el marketing por internet en una empresa relativamente chica, no obstante ésta situación, se sabe que 4 de cada 10 empresas tienen un promedio de antigüedad en el marketing por internet de un año, lo cual es un indicador que nos demuestra que poco a poco las empresas van adquiriendo más conocimientos sobre el tema, así como herramientas necesarias para poder expandir su línea de negocio. En la Figura No.9 se muestran las acciones o medidas que las empresas toman para realizar su marketing:

Figura No. 9 Acciones de marketing Digital



Fuente: Amipci 2014

En la estrategia seguida por las empresas, es lógico que su principal fuente para el marketing sea el e-mail marketing, ya que como se ha visto en figuras anteriores, los internautas utilizan predilectamente el internet para revisar su correo electrónico, por ello el 70% de los recursos de la mayor parte de las empresas están destinadas a éste rubro, en segundo lugar se encuentra la gestión de redes sociales, las cuales han presentado un significativo avance al igual que el uso de internet, la publicidad en éstas redes aumentan exponencialmente las ventas de algunos productos 8 de cada 10 empresas poseen un perfil en alguna red social, lo que facilita la interacción entre los oferentes y demandantes de igual manera, muchas de las empresas apenas comienzan a utilizar estos medios, ya que un 51% tiene una antigüedad promedio de 1 a 2 años con su actividad en redes sociales, otra de las herramientas utilizadas para el marketing digital, con su tercer lugar y como una herramienta básica para la búsqueda en internet los buscadores aprovechan las áreas de oportunidad que éstos dejan con su alto índice de frecuencia de uso. Otra de las causas de su posible crecimiento en redes sociales, es el cómo las empresas desempeñan su papel en éstas, ya que el tener el simple perfil en alguna red, no garantiza un impacto en la población de internautas, a continuación un cuadro con cifras relevantes de las diferentes redes sociales, y el desenvolvimiento de las empresas en ellas, en la siguiente figura se ejemplifica el uso de las empresas en las diferentes redes sociales. (amipci 2014)

Figura No. 10 Principales Redes Sociales

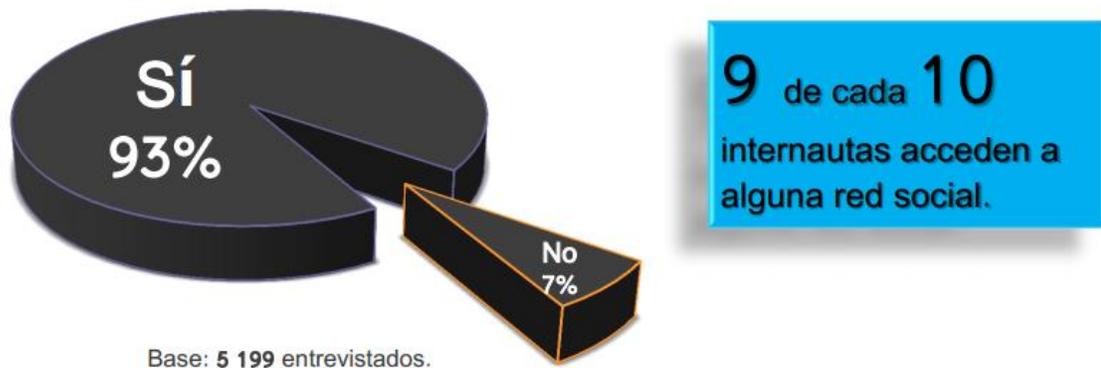


Fuente: Amipci 2014

Es importante así mismo recalcar la importancia que puede tener cada una de las redes sociales, así como el impacto que puede causar en las diferentes redes, Facebook es la red por excelencia para la publicidad de empresas, con una penetración de 92%, seguida por Twitter con un 50% de empresas inscritas, analizando el comportamiento de éstas se encuentra una tendencia a hacerse notar más en la red donde hay más ocupación, pero el hecho de postear información no quiere decir que sea de la mejor calidad, o que tenga realmente algo para tener la atención de los compradores, ya que apenas el 13% del total de las empresas encuestadas, apenas lograban dedicar un poco más de 20 horas a la semana, siendo el factor más común el de menos de 3 horas a la semana dedicadas a estrictamente el uso y actualización de datos de la red social.

Esto nuevamente abre otro factor, el hecho de la capacitación del personal para el uso de la red social de la empresa, un 68% de las empresas capacita al personal para el mejor uso de éstas, esto quiere decir que 7 de cada 10 empresas le dedica tiempo a la capacitación de su personal para el manejo de éstas, mientras que el otro 32% argumentó que no era necesario, o que simplemente no tenían tiempo para realizar la capacitación, por ende podemos decir que la calidad en cuanto a información y atención es considerablemente mejor a las empresas que no toman su tiempo para realizar éstas actividades. La siguiente figura nos puede demostrar el por qué de la importancia del manejo de información en éstas redes:

Figura No. 11 Uso de redes sociales

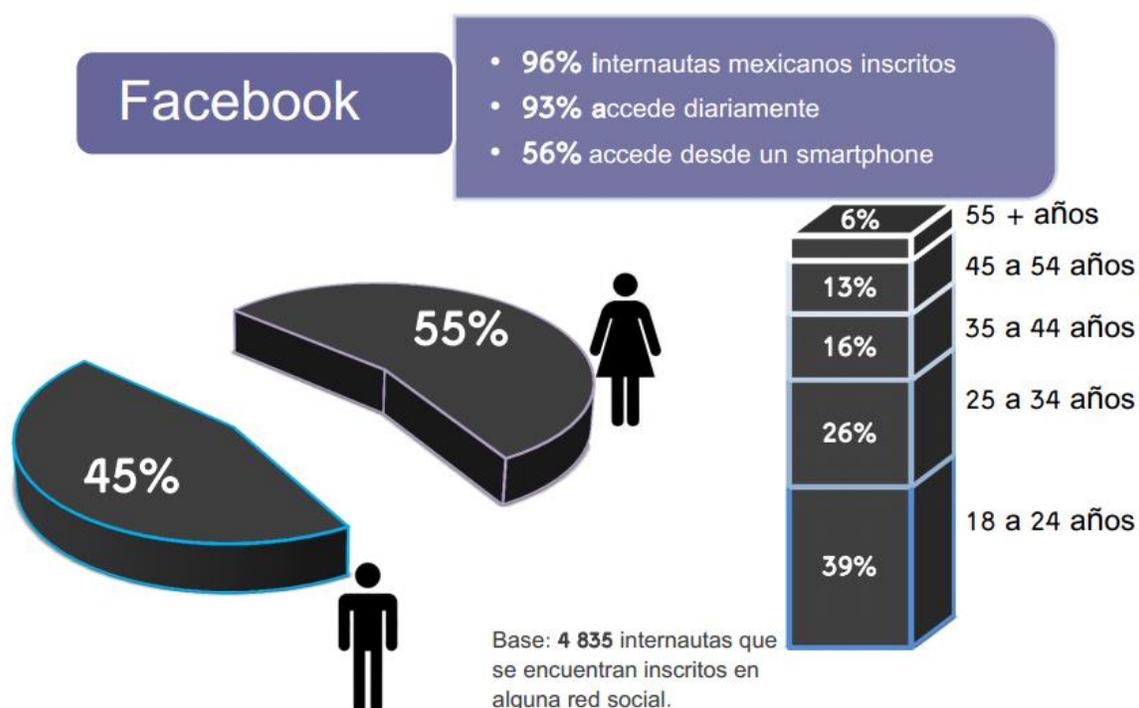


Fuente: Amipci 2014

Ésta es la principal razón por la cual es importante tener información eficiente en las redes sociales de las empresas, en la actualidad , casi toda la gente que tiene acceso a internet, accede a una red social, ya sea por esparcimiento, o por simple búsqueda de información que éstas pueden proporcionar, aquí es donde se vuelve relevante el uso de las redes de parte de las empresas, además de el hecho de que las personas que acceden a las redes sociales en promedio tienen más de 3 años accediendo a ellas, y menos del 5% de los internautas tiene menos de un año accediendo a las redes sociales. (amipci 2014)

En la figura siguiente se ejemplifican los usuarios y sus características en la mayor red social de la actualidad “Facebook”

Figura No. 12 Usuarios de Facebook



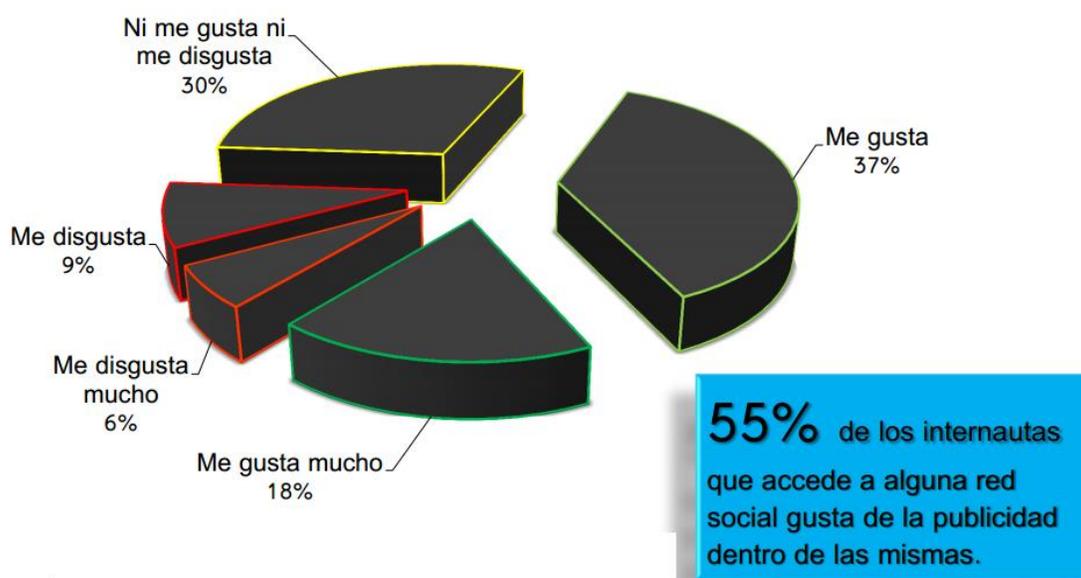
Fuente: Amipci 2014

La base poblacional de usuarios de facebook en México, nos muestra que hay más mujeres que hombres utilizando ésta red, así como que la mayor parte de los usuarios se encuentran en la población de 18 a 34 años, haciendo mención nuevamente a el uso de los teléfonos inteligentes, los cuales permiten a la

población activa acceder por lo menos una vez al día, siendo ésta una oportunidad para realizar el marketing de las empresas involucradas.

Aquí es donde entra el ingenio de la publicidad para hacer llegar a los usuarios su producto, desde novedosas formas de promocionarse, hasta las formas más simples. La publicidad en redes sociales es un campo que aún se encuentra en expansión y ésta tiene como objetivo atraer más compradores, ya sea para interactuar en el mercado virtual o en el físico, la siguiente figura ejemplifica más la aceptación de los internautas en las redes (amipci 2014)

Figura No. 13 Publicidad en Redes Sociales



Fuente: (Amipci 2014)

Con ésta figura nos podemos percatar de la manera en la que el marketing tiene un impacto positivo en los internautas.

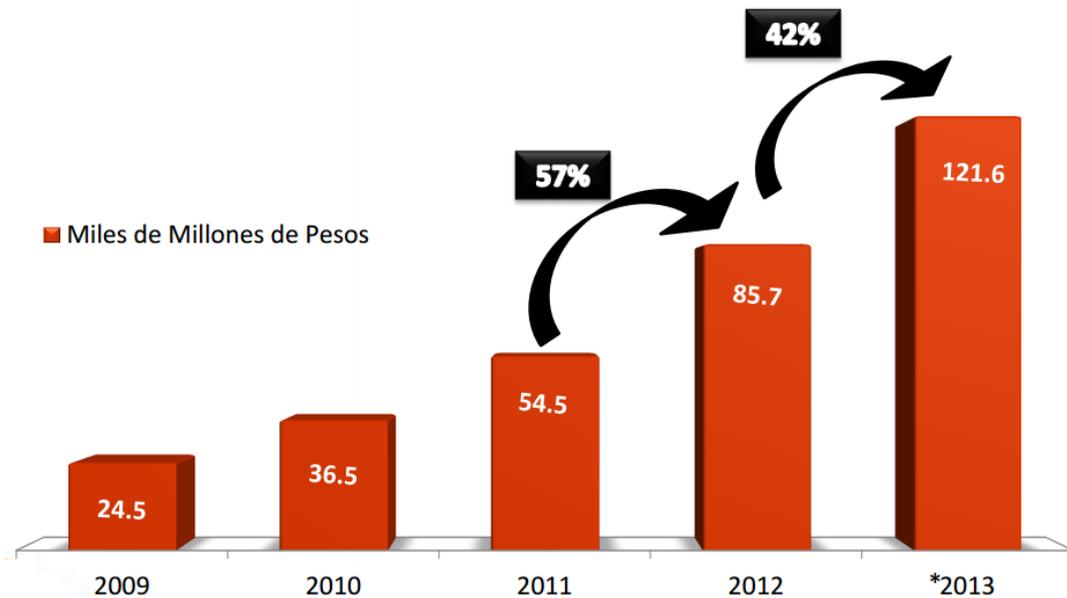
Se puede abundar mucho más allá sobre el marketing y el desenvolvimiento del internet en las empresas e internautas, el hecho de hacer hincapié en este tema es para observar la relevancia que tiene éste vía internet, se ha convertido en una herramienta de uso poderosa para la atracción de clientes potenciales, los cuales pueden elevar la tendencia al consumo mediante el comercio electrónico, algo que

no sería posible de no ser por los avances tecnológicos que han ido desarrollándose con el paso del tiempo.

3.4 Ganancias por concepto de comercio electrónico.

Con respecto a lo anterior, y una vez sabiendo el impacto que el internet, en conjunto con las redes sociales generan, la siguiente figura muestra el aumento gradual de las percepciones en el periodo 2009- 2013:

Figura No. 14 Incremento de Ganancias en el comercio electrónico en México



Fuente: Amipci 2014

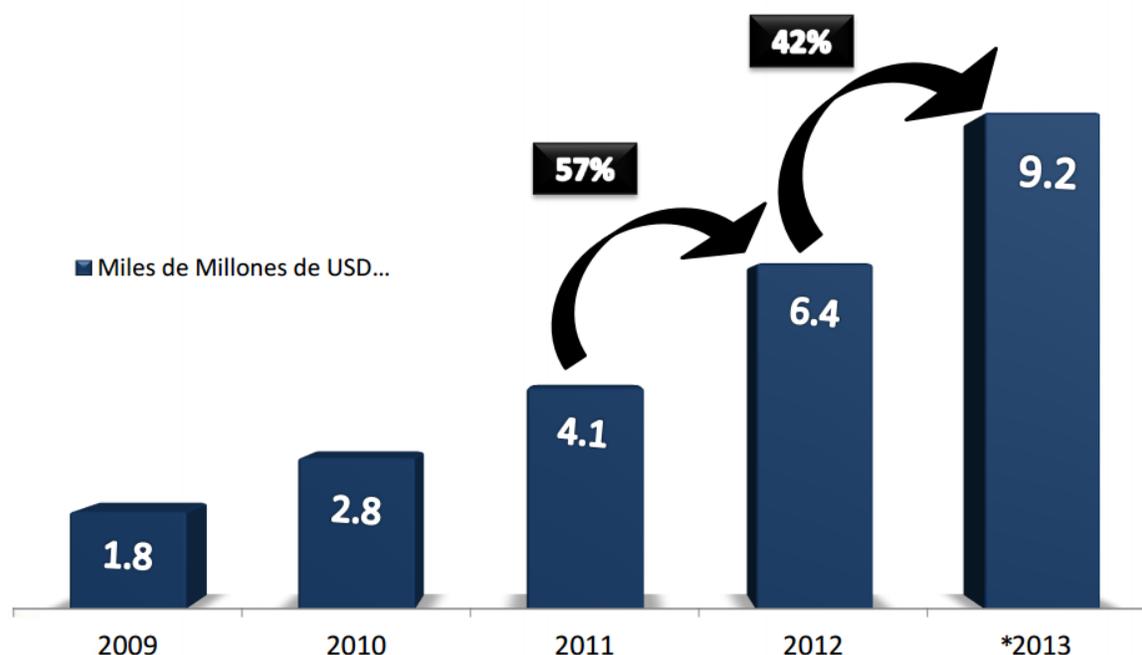
En la figura No. 14 se utilizó una base de 143 negocios, entre los cuales se encuentran, muchas marcas importantes, desde banca múltiple, hasta aerolíneas, las cuales fueron incluidas en el análisis de información recabada.

Se puede observar un incremento de casi un 100% en el comercio electrónico en tan solo 5 años, lo que representa un incremento sostenido en cuanto a las ganancias obtenidas gracias a éste medio.

Lo podemos atribuir al desarrollo de la tecnología, a la correcta aplicación de las redes sociales y el marketing electrónico, y a la creciente integración de la población en cuanto al uso de medios electrónicos de pago, como el uso de las tarjetas de crédito y débito, lo cual también ha facilitado éste medio creciente de comercio.

En la Figura No. 15 se muestra el aumento en cuanto al pago mediante dólares, se debe principalmente a la creciente integración de los mercados mundiales, y ya que el dólar sigue siendo la moneda más utilizada a nivel mundial, tanto por convertibilidad como por su uso, se muestra de igual manera una reacción al alza muy marcada, posiblemente por éstas razones mencionadas. (amipci 2014)

Figura No.15 Incremento de ganancias en dólares



Fuente: (Amipci 2014)

El incremento en éste rubro es más que significativo, ya que se ha incrementado casi 8 veces el comercio en el mismo periodo de 5 años, lo cual nos demuestra que la apertura y el uso de éste medio ha dado un resultado más que favorable en cuanto a el comercio con ésta divisa, tan solo en 2 años ha representado un incremento de más de 50%.

3.5 SEGURIDAD EN INTERNET

La seguridad que pueden brindar los negocios y las líneas de apertura para éstos (llámese plataformas virtuales, aplicaciones, páginas interconectadas) es una base muy importante para el desarrollo del mismo, ya que al existir más confianza en las operaciones en línea, sumando los candados y las certificaciones de seguridad que deben de tener los mismos comercios, contribuyen al uso cada vez más frecuente de éste medio, considerado como de fácil acceso y comodidad para hacer compras.

En relación al párrafo anterior, se encuentra la siguiente figura:

Figura No. 16 Razones de No compra en Internet



Fuente: Amipci 2014

En ésta figura se observa que el principal temor es la desconfianza para otorgar datos personales , lo cual limita el crecimiento del comercio electrónico, al no haber la confianza, frena el potencial de compra de los internautas, dentro de los artículos más requeridos, se encuentran la música, las películas, ropa, accesorios

y computadoras, siendo el promedio de compra de 400 a 1000 pesos cada vez que el consumidor compra en línea, así como mostrando una tendencia a comprar en un promedio de 1 a 3 meses por lo menos una vez

La tendencia a consumir de los internautas es alta, ya que prácticamente las personas que llegan a adquirir algún producto mediante internet, tienen la intención de volverlo a hacer, una vez superando las limitaciones de la seguridad antes mencionada, ya que sus compras llegan a ser muy satisfactorias, las personas que no lo vuelven a hacer, es debido a una mala experiencia, falta de información, publicidad engañosa y la inseguridad que éstos tienen. (amipci 2014)

3.6 Regulación Nacional e Internacional

Aunado a la seguridad en internet es importante destacar que existe un marco jurídico nacional El ciberconsumidor mexicano está protegido cuando realiza compras por internet. La Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) contiene disposiciones generales sobre comercio electrónico en su capítulo VIII bis (De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología).

Sin embargo es el Código de Comercio y el Código Civil los que rigen las operaciones comerciales e intercambio de datos e información que por medios electrónicos se lleve a cabo y las formas de expresar el consentimiento respectivamente, tampoco se puede dejar de mencionar la importancia de las reformas al Código Fiscal de la Federación en lo concerniente a la emisión de comprobantes fiscales digitales, la emisión de facturas electrónicas y el uso de la Firma Electrónica Avanzada, todo lo anterior para cuestiones meramente tributarias.

En el ámbito internacional Las autoridades de protección al consumidor alrededor del mundo han desarrollado una serie de lineamientos que buscan otorgar una mayor protección a los consumidores en línea. La Organización para la

Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) desarrolló, en 1999, las Directrices para la Protección de los Consumidores en el Contexto del Comercio Electrónico. Se trata de una serie de recomendaciones encaminadas a lograr que los proveedores de bienes y servicios a través de internet cumplan con las disposiciones de las leyes de protección al consumidor. Así se garantiza que el consumidor reciba adecuados niveles de protección cuando realiza sus transacciones comerciales por internet.

En resumen de todas las gráficas analizadas, se puede concluir que el crecimiento ha sido muy acelerado en los últimos 6 años, desarrollando nuevas tecnologías, así como adquiriendo confianza en la nueva modalidad de compra, es importante así mismo mencionar la importancia que tiene el acceso a medios informáticos, como lo son celulares, computadoras tabletas, etc., por lo cual se puede concluir que el hecho de que cada vez la población tenga más acceso a medios con internet acelera el crecimiento del comercio electrónico.

El incremento de la base tecnológica, es fundamental para el desarrollo del comercio tanto a nivel micro empresa como macro empresa, ya que ha quedado demostrado que a través de los años la integración tecnológica no hace más que agilizar los procesos, mejorar la comunicación, incrementar ganancias, eficientar acciones en los mercados, y ampliar la base comercial, comenzando a nivel ciudad, y creciendo a nivel mundial.

CONCLUSIÓN

Como conclusión del primer capítulo, se puede abocar a mencionar la importancia que tienen las diferentes revoluciones industriales en sus respectivas épocas, éstas aportaron avances significativos al desarrollo tecnológico, como el uso del vapor en primera instancia, hasta el uso del petróleo lo cual trajo con ellos inventos que modificarían la forma de vivir de la sociedad, como el automóvil en su momento, con éstos avances se vio fortalecido el desarrollo comercial mundial.

Desde la primer revolución se mostró una clara tendencia al querer facilitar las tareas del hombre con ayuda de la mecanización de diferentes procesos productivos, lo que dio pauta a generar más y mejor tecnología con el paso del tiempo en sus diferentes ramas, como por ejemplo, el uso del vapor en la segunda revolución industrial, lo cual daría paso a una mayor especialización en el uso de este en la tercera revolución Industrial, así mismo el comienzo del uso del petróleo y sus derivados desde la cuarta revolución hasta nuestra actualidad.

Cada revolución tiene como punto de desarrollo una nueva energía desarrollada para facilitar los procesos, el transporte y el mismo modo de vida en cada uno de los periodos de tiempo que abarcaron, hoy en día se puede comenzar a hablar sobre el uso de energía nuclear, solar, pero todo esto es posible gracias a desarrollos tecnológicos que se han dado con el pasar de los años.

El tipo de energía utilizado sin duda transformo la manera en la que se llevaron a cabo las nuevas maneras de comerciar, el ejemplo más claro es el desarrollo del ferrocarril impulsado en primera instancia a vapor y luego siendo sustituido por el carbón, de la misma manera la creación de los motores de combustión interna a base de gasolina la cual es un derivado del petróleo (otra nueva forma de energía durante la cuarta revolución industrial) siendo éste avance uno de los principales bastiones en la industria automotriz y en específico el modelo Fordista.

Así como en el pasado, el transporte de las mercancías sigue siendo un factor importante en el comercio, ya sea por avión, tren o autobuses las mercancías deben de ser entregadas a sus destinatarios para su aprovechamiento en un lapso

de tiempo cada vez más rápido, para lo cual los tiempos de espera se han ido reduciendo gracias a la tecnología aplicada en los propios medios de comunicación y transporte.

A lo largo de éste primer capítulo se ve como el desarrollo de las diferentes épocas con sus respectivas revoluciones, en menos de 200 años han cambiado la forma de vivir en el mundo, ya que gracias a ellas podemos hablar hoy de poder tener muchos inventos que revolucionaron el mundo, como lo es: una computadora, la cuál sería completamente inútil sí en primer lugar no se hubiera logrado el desarrollo de la electricidad en su momento, toda revolución se encuentra estrechamente unida con la siguiente, con esto se ha logrado dar paso a la llamada era de la informática y las telecomunicaciones, lo cual es el punto principal de éste trabajo, el apreciar como mediante el desarrollo tecnológico se ha transformado el comercio a nivel mundial, facilitando la producción, el transporte, la comunicación entre los agentes involucrados, con ello dando pauta a un crecimiento acelerado a partir de la implementación de las diferentes tecnologías en las diferentes ramas involucradas.

El segundo capítulo se centra en dos ejes principales, la globalización y el comercio electrónico, con el avance de la globalización se empieza a dar una conexión entre los países más rápida y eficaz, lo que permite, es la expansión acelerada del comercio y con esto un incremento exponencial de las ganancias obtenidas por éste rubro, la globalización da paso a la integración económica y a generar una interdependencia económica.

La competitividad internacional que la globalización genera y la integración de los procesos tecnológicos de los diferentes países involucrados hacen importante la participación del comercio electrónico y de las nuevas tecnologías de la información, la creación del internet generó un medio de fácil acceso que hoy en día se utiliza para efectuar las transacciones de comercio realizadas a nivel mundial, a micro y macro escala, ya que se puede vender desde un producto de necesidad básica, hasta un cargamento de algún producto proveniente de un país lejano.

A pesar de que en un inicio el internet no era un factor importante en el comercio, con el paso del tiempo éste se comenzó a abaratar por la rapidez y eficacia en la comunicación ya que con el solo uso de una computadora con conexión a la red inalámbrica mundial se puede tener acceso a todo tipo de información pero en mayor medida a los mercados virtuales que existen en el mundo, esto se le puede atribuir nuevamente al desarrollo tecnológico que hizo posible la creación de satélites de comunicación alrededor del mundo , los cuales beneficiaron la expansión de ésta nueva tecnología, nuevamente queda claro como la tecnología favorece los medios con los cuales poder facilitar no solo el comercio, sino todas las partes de una economía globalizada.

En las gráficas mostradas el crecimiento en el comercio electrónico se ha ido incrementando a medida que se logra desarrollar el mismo mediante el uso de internet, se puede pensar que en algún momento va a llegar a un límite de su capacidad de crecimiento, pero para llegar a eso se puede considerar que falta más desarrollo y compenetración del mismo en las diferentes economías, ya que aún existen mercados tradicionalistas, los cuales seguirán siendo parte fundamental de una economía en crecimiento, a pesar de las enormes diferencias que se pueden encontrar entre una economía emergente y una desarrollada, en ambas seguirá siendo un pilar básico éste tipo de mercado, pero en cuanto a modernización seguirá llevando cierta ventaja el país que cuenta con la tecnología más avanzada, esto representa a un mediano plazo un impedimento en el desarrollo de la capacidad comercial exponencial de una economía emergente con relación al comercio electrónico, ya que no es comparable la participación de Estados Unidos en el comercio electrónico con relación a Panamá, por mencionar un ejemplo.

Con todo esto se aborda el tema, al cual se refiere la hipótesis, “el desarrollo tecnológico ha dado paso a la creación de un comercio virtual”, independientemente de las carencias que puedan tener algunos de sus participantes, y el comercio físico seguirá existiendo en su forma tradicional, pero con esto se ha dado un paso importante al crecimiento del comercio virtual

tangible e intangible, como lo es el poder comprar una película en internet, o poder comprar un producto en Japón estando en la comodidad del hogar, sabiendo que la fuente es confiable y que el producto solicitado llegara eventualmente a nuestras manos. Con esto la tecnología nos ha demostrado que puede eliminar barreras físicas, como la distancia, o incluso eliminar el hecho de ser un producto físico, transformándose en algo virtual.

El tercer capítulo aborda temas más específicos dentro del comercio electrónico en México, revisando las graficas se puede observar el crecimiento que ha tenido en los últimos años, se observa la tendencia de los usuarios al usar el internet, y su tendencia a consumir la cual se puede considerar una parte importante del comercio virtual.

A destacar en ésta parte está el uso de las redes sociales para usar la publicidad, el cual aún no se encuentra en su totalidad explotado a mi consideración, además de que el grueso de la población internauta en México está dentro de los 20 a 40 años de edad, y tienen una visión aún conservadora sobre el comercio electrónico, por las debilidades que aún puede tener, como lo son los virus informáticos y la falta de seguridad en algunas páginas de internet.

Sumado a todo esto, nuevamente vuelve a hacer presencia el desarrollo tecnológico, ésta vez con los *smartphones*, los cuales brindan inmediatamente una conexión a internet y por ende una mayor tendencia al consumo dentro de éste, con lo cual se vuelve a ratificar la hipótesis de que el desarrollo tecnológico ha causado que el comercio tradicional se vea desplazado por el comercio virtual, gracias a la tecnología, en éste caso con el internet y las herramientas creadas para su desenvolvimiento al pasar de los años.

Como recomendaciones se pueden mencionar las siguientes:

Se debe llegar a un fortalecimiento de la infraestructura de la información, ampliar los beneficios del comercio electrónico, esto se refiere a brindar un mayor acceso a la red y por ende a la competencia, todo esto para aprovechar mejor el comercio electrónico mundial hace falta tener acceso a unas redes de telecomunicaciones

eficaces y confiables, para lograr esto se requiere de una inversión significativa en el desarrollo de la infraestructura, lo que a su vez dependerá en gran parte de la captación de capital privado. Para fomentar la inversión y el desarrollo de la infraestructura y permitir el fácil acceso a los servicios y las aplicaciones del comercio electrónico, hace falta que la reglamentación se dirija a alentar la competencia y asegurar que los prestadores de servicio puedan vincularse a los usuarios y entre ellos, de manera no discriminatoria y en condiciones razonables.

Así mismo se debe de generar un aumento en la participación, esto se podría llevar a cabo entre gobiernos y las empresas para realizar transacciones más rápidas, con menos costos y con una cobertura más amplia, en el caso de las economías emergentes El comercio electrónico tiene el potencial de proveer a las economías más pequeñas con un mejor acceso a la información, mejores formas de comunicación para los contactos de negocios productos más baratos, reducción de las barreras de entrada a los mercados internacionales, reducción de los costos de transacción y una mejora potencial del suministro de servicios. Así, el comercio electrónico puede fortalecer la innovación y la eficiencia económica para la región como un todo.

Como conclusión general sobre éste trabajo, una limitante sobre las fuentes de información, es el hecho de que dado que el comercio electrónico aún se encuentra en pleno desarrollo, hay datos que aún no nos pueden mostrar una tendencia del comportamiento que tiene, si bien existen datos duros con respecto a la tendencia , por ahora su único comportamiento es a la alza, y es comprensible, ya que con el paso del tiempo más personas comienzan a utilizar éste medio, ésta investigación sienta un precedente sobre el comercio electrónico y nos da un panorama sobre el posible comportamiento durante los siguientes años, es un tema de absoluta importancia ya que conforme la tecnología se va desarrollando lo hace de igual forma la manera en la que se comercia, ya lo comenzamos a ver con las economías desarrolladas, el siguiente paso es el pleno desarrollo del comercio virtual con una población de internautas comprando y vendiendo por internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- 1.- Marsden, D Morris Twood S (1985) "The car Industry" E-books
- 2.-Carlota Pérez(2004), Revoluciones Tecnológicas y capital Financiero" Siglo XXI editores, Primera edición
- 3.-Chaves Palacio, Julián (2004). "Desarrollo tecnológico en la primera revolución industrial" Norba. Revista de Historia
- 4.-Comín, Francisco (Edición electrónica 2014) «La segunda industrialización en el marco de la primera globalización (1870-1913)». Historia económica mundial siglox X-XX
- 5.-Coriat Benjamin(2001), el Taller y el cronómetro, ensayo sobre el Taylorismo, el fordismo y la producción en masa, 1991"
- 6.-Janice Reynolds, El libro completo del E-commerce, Ediciones Deusto, España,(2001)
- 7.-Landes, David (1979), Progreso tecnológico y revolución industrial, Tecnos; Madrid.
- 8.- MONDEN (1988). "El sistema de producción Toyota" Ed. Macchi
- 9.-Joaquín Córdoba Zoilo "Años de la segunda revolución industrial "(2010) Artículo electrónico
- 10.-World Bank "Beyond The economic Growth" (2000) edition electronic
- 11.-¿Cómo funciona y que debe ofrecer el software para el comercio electrónico? <http://www.maestrosdelweb.com/eco/> (2014)
- 12.-Banco mundial <http://www.worldbank.org/> (2014)
- 13.-Banco mundial <http://www.worldbank.org/depweb/beyond/beyondsp/chapter12.html> 2014
- 14.-Comercio electrónico, conceptos y desarrollo <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-05.htm> (2014)
- 15.- El comercio electrónico y el papel de la OMC: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/special_study_s.pdf
- 16.-Estado Nación frente a la globalización. Globalización y pobreza. <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/arglobal/13.htm>

17.-Evaluación de las oportunidades globales de mercado.
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/oportunidades-mercado.htm>

18.-Globalización y su impacto en el comercio mundial y regional
<http://www.oas.org/osde/publications/unit/oea33s/ch32.htm> (2014)

19.-Gobierno de España ministerio de asuntos exteriores y cooperación
www.exteriores.gob.es/ (2014)

20.- Historia del internet http://www.cad.com.mx/historia_del_internet.htm
(2014)

21.-OMC http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/special_study_s.pdf
(2014)

22.- <https://www.amipci.org.mx/es/>