

1. ¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO?	4
1.a. Definición y Características.	6
1.b. Conceptos y Clases	7
1.c. Elementos principales del Comercio Electrónico.....	8
El proveedor	9
El cliente	9
La tienda virtual	9
La promoción de la tienda.....	9
La entrega.....	10
El proceso de pago	10
Ejercicios del Capítulo	13
2. DISTINTAS FORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO	14
2.a. Por la interrelación entre Consumidores, Administración, Empresa.....	14
B2B (Business to Business) (Empresa - Empresa).....	14
B2C (Business to Consumer) (Empresa – Consumidor)	14
B2A (Business to Administration) (Empresas – Administración)	14
C2A (Consumer to Administration) (Consumidor-Administración).....	15
C2C (Consumer to Consumer) (Consumidor - Consumidor).....	15
C2B (Consumer to Business) (Consumidor-Empresa).....	15
2.b. Por los formatos que se vienen consolidando.....	15
Marketplaces	15
Banca electrónica	16
Servicios de la administración en línea.	18
Ejercicios del capítulo	24
3. OPORTUNIDADES PARA LOS PROVEEDORES Y BENEFICIOS PARA LOS CLIENTES.....	25
3.a. Presencia y elección global	26
3.b. Personalización y calidad en el producto o servicio.....	27
3.c. Tienda abierta 24 x 7 x 365	27
3.d. Reducción de costes de gestión y de precios en el producto	27
3.e. Nuevas oportunidades de negocio.....	28
Ejercicios del capítulo	29
4. LAS SUBASTAS EN LÍNEA.....	30
¿Qué es e-procurement?.....	31
Supply Chain Management (SCM)	32
e-Sourcing	33
Ejercicios del capítulo	35
5. EJEMPLOS PRÁCTICOS.	36
5.a. Compra de Libros.....	36
5.b. Compra de Equipamiento Informático	43
5.c. Compra de entradas de cines y teatros	49
5.e. Participación y compra a través de las subastas en línea.....	53
5.f. Portal Mercamancha.....	59

Objetivos del Curso

El comercio electrónico, es uno de los servicios más utilizados en Internet.

Día a día, las empresas y organismos introducen en sus portales y páginas Web, servicios para facilitar al usuario final el producto que ofrecen o comercializan.

El curso de comercio electrónico se orienta hacia la cultura de utilizar Internet para la compra de bienes y servicios, mostrando sus ventajas e inconvenientes en su caso.

El objetivo es, fomentar el uso de dichos canales de ventas o de realización de servicios, a través de dar a conocer los servicios y posibilidades informativas on line que ofrece, junto a su posible compra o realización efectiva de los mismos.

Que conozcan los alumnos todos los aspectos legales en cuanto a derechos y deberes que se tienen al adquirir productos por este canal.

Durante el desarrollo del curso se mostrarán los principales portales y webs de comercio electrónico regionales.

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Conocer el funcionamiento del comercio electrónico.
- Definir los elementos principales y necesarios para la implantación del comercio electrónico.
- Conocer las distintas formas que existen de comercio electrónico.
- Los aspectos básicos sobre seguridad y legislación que hay que contemplar.
- Utilizar la banca electrónica.
- Conocer diferentes usos de comercio electrónico.
- Destacar las ventajas del comercio electrónico sobre el tradicional.
- Localizar en la red Internet, portales o páginas que ofrecen comercio electrónico.
- Acceder a portales regionales para buscar productos y servicios de interés general.
- Conocer los medios de pago en el comercio electrónico.
- Realizar ejercicios prácticos, basados en la utilización del comercio electrónico.

1. ¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

Se puede definir el **comercio electrónico** como cualquier forma de transacción comercial (**no sólo comprar y vender**) en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo. También podríamos hablar de negocios electrónicos, que es más general y reservar el término comercio para las compras y ventas por Internet.

El **comercio electrónico** consiste en la **utilización de la Informática y las telecomunicaciones** para canalizar los flujos de información y **transacciones de negocio** existentes entre una empresa y sus interlocutores habituales (clientes, proveedores, entidades financieras, transportistas, etc).

El comercio electrónico es un nuevo concepto de negocio, de cambios de procesos en las organizaciones, de nuevas formas de abordar las relaciones comerciales entre las empresas y entre éstas y los consumidores finales.

El comercio electrónico es el nuevo marco de negocios en el que se desarrollan cada vez más operaciones mercantiles. En el comercio electrónico convergen tecnologías y aplicaciones que ya existían aisladamente y otras nuevas tan dispares como el Intercambio Electrónico de Datos (**EDI**), el teletrabajo, la publicidad en Internet, las Intranet o las compras electrónicas, pero que tienen en común el uso de las telecomunicaciones.

Este tipo de comercio, evidentemente, se sustenta sobre una base tecnológica para llevar a cabo su cometido. Internet no es ni más ni menos que eso: un medio a modo de plataforma técnica sobre la que asentar los conceptos, los fundamentos y la filosofía del comercio electrónico.

El comercio moderno está caracterizado por un incremento de la capacidad de los suministradores, de la competitividad global y de las expectativas de los consumidores. En respuesta, el comercio mundial está cambiando tanto en su organización como en su forma de actuar. Se están sobrepasando las estructuras jerárquicas antiguas y erradicando las barreras entre divisiones de empresas, así como las existentes entre las empresas y sus suministradores, proveedores y clientes. Los procesos comerciales se están rediseñando de manera que atraviesen estos límites.

Existen ya muchos ejemplos de procesos que afectan a una empresa en su conjunto, e incluso algunos que se llevan a cabo de manera conjunta las empresas y sus consumidores o suministradores.

El comercio electrónico es un medio de hacer posible y soportar tales cambios a escala global. Permite a las empresas ser más eficientes y más flexibles en sus operaciones internas, trabajar más estrechamente con sus proveedores y dar mejor respuesta a las necesidades y expectativas de sus clientes. Les permite seleccionar los mejores proveedores, sin tener en cuenta su localización geográfica, **lo que significa tanto proveerse como vender en un mercado global.**



El comercio electrónico es tecnología para el cambio. Las empresas que lo miren como un "añadido" a su forma habitual de hacer negocio obtendrán sólo beneficios limitados, siendo el mayor beneficio para aquellas que sean capaces de cambiar su organización y sus procesos comerciales para explotar completamente las oportunidades ofrecidas por el comercio electrónico.

Una de las preguntas que hay que hacerse en el momento de pensar en crear una plataforma de comercio o de ser usuario final es la siguiente:

¿Es seguro el Comercio Electrónico?

La respuesta es Sí. El comercio electrónico empezó a ser seguro ya a mediados de los años 90. Actualmente, avanzados sistemas de seguridad ofrecidos por Internet pueden asegurar el éxito de todas las transacciones económicas que se lleven a cabo en tiempo real o diferido mediante formularios dispuestos en páginas Web.



Existen mecanismos que salvaguardan la seguridad de las transmisiones de información en Internet, como pueden ser:

- **FIRMA ELECTRÓNICA** (o firma digital, certificado digital).
 - Certificado que cada usuario emite desde su propio ordenador que permite asegurar su identidad.
 - Está avalada por una entidad certificadora (Ej.: Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, Camerfirma, AEAT, ...)
 - Cada firma tiene una validez temporal y puede emplearse únicamente para determinados usos.
- **CODIFICACIÓN** (o encriptación).
 - Criptografía con **clave simétrica**. Consiste en que se codifican los datos empleando una clave secreta que se transmite previamente al receptor para que pueda descodificar el mensaje. El emisor y el receptor conocen y comparten la misma clave secreta.
 - Criptografía con **clave asimétrica** o clave pública. En este caso, se codifican los datos con dos claves: una privada y otra pública; se transmite la clave pública al receptor para que pueda descodificar el mensaje, pero la clave privada NUNCA sale del ordenador del usuario, por lo que no puede ser interceptada (método más seguro y más empleado).
- **SERVIDORES 'SEGUROS'** . Se consideran transacciones 'seguras' aquellas que cumplen.
 - **Autenticidad/autorización**. No se deben poseer dudas sobre la identidad de las partes que intervienen en una transacción. Se logra mediante certificados digitales.

- **Irrefutabilidad** o No repudio. Ninguna de las partes puede alegar no ser quien realizó la transacción. El comprador nunca podrá rechazar la autoría de la transacción realizada.
- **Integridad.** Los datos no pueden ser alterados durante la transacción.
- **Confidencialidad.** Entre la tienda, el cliente y la entidad financiera. La información no es accesible a terceros ajenos a la operación.



1.a. Definición y Características.

El comercio electrónico se puede definir como la posibilidad de realizar transacciones comerciales empleando medios electrónicos.

En principio existe un cliente que necesita un producto o servicio y un proveedor que lo proporciona: éste último informa sobre todas las condiciones de su oferta y el cliente decide si la misma cubre sus necesidades. Si se llega a un acuerdo la venta se realiza.

El comercio electrónico tiene tres ámbitos y características esenciales.

ÁMBITO	CARACTERÍSTICAS
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> - Involucra al menos a dos partes (cliente y proveedor). - Puede ser utilizado entre empresas y entre éstas con sus clientes.
ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> - Posibilita todo tipo de acuerdos comerciales. - involucra la transacción de servicios, bienes físicos y digitales. - No necesariamente implica una transacción monetaria. - Proyecta las interacciones comerciales desde un mercado local a uno global.

	<ul style="list-style-type: none"> - Aumenta la competitividad de la empresa.
TECNOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> - Se basa en procesos electrónicos de transferencia de datos. - Requiere redes de telecomunicaciones. - Utiliza protocolos de libre acceso y uso (TCP/IP).

1.b. Conceptos y Clases

El comercio electrónico puede implantarse de una forma gradual, tanto desde la parte del que vende como del que compra.

- 1.- Se puede **poner el producto o servicio en la Web**. Con ello se daría publicidad.
- 2.- Si a ese producto o servicio se le añaden **características**, ya se estaría tratando de una labor de información comercial.
- 3.- En el caso de que a ese producto con información y características, **se le facilite la venta** (compra desde el cliente), se hablaría de un proceso de telecompra.
- 4.- Si a la transacción (compra) se le añade una **plataforma de cobro** (pago por parte del cliente), se estaría hablando de comercio electrónico.

En este mismo manual **se ha definido el comercio electrónico** como cualquier forma de transacción comercial (no sólo comprar y vender) en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo.

Es necesario resaltar que esta es una definición amplia, ya que no se limita a comprar y vender, sino a todos los aspectos mercantiles (publicidad, relaciones con los trabajadores, contabilidad). Con esta definición amplia, no se habla de empresas que hagan o no comercio electrónico, sino que es un concepto gradual, entendido como la intensidad con la que utilizamos los posibles que permite la tecnología a la hora de habilitar soluciones de comercio electrónico para nuestra empresa.

En realidad, la mayoría de las empresas, por no decir todas, y muchos ciudadanos participan desde hace años en alguna forma de negocios electrónicos, ya que pueden emplear Internet para localizar algún proveedor, el correo electrónico para dar servicio a un cliente, o pagar con tarjeta de crédito, realizar las declaraciones de la renta. **Y todo ello es Comercio Electrónico.**