



Anexo 5.1. Elementos del e-commerce

El comercio electrónico contiene varias actividades que pueden ser realizadas de forma electrónica como son: la transferencia electrónica de fondos, manejo de la cadena de producción, el e-marketing (marketing orientado a Internet), y el procesamiento de transacciones en línea.

Es el intercambio de dinero la base principal de los negocios electrónicos. Se consideran 4 componentes básicos en el desarrollo de una solución de e-commerce:

- 1.- *Cartera Virtual*: Es el software que permite a los usuarios realizar sus pagos en el negocio en línea. Este software contiene la información de crédito de los clientes y los certificados que validan las transacciones con los bancos.
- 2.- *Software del Comercio*: Es el software que permite al establecimiento realizar las transacciones directamente con el banco, generalmente maneja y cifra los números de las tarjetas de crédito de los usuarios.
- 3.- *Software del Banco (Servidor de Pagos)*: Software instalado en el banco, se encarga de decodificar la información enviada por el comercio y procesar la transacción. Este software sólo procesa las transacciones de los comercios afiliados al banco dueño del sistema.
- 4.- *Autoridad Certificadora*: Son las entidades encargadas de emitir los certificados digitales que permiten validar las transacciones realizadas a través de tarjetas de crédito o débito. Visa y Master Card por ejemplo, desarrollaron el servicio de SET¹ para validar las transacciones de los bancos afiliados a ellos².

¹ Transacción Electrónica Segura (SET).- Conjunto de especificaciones desarrolladas por Visa y MasterCard que valida y asegura la identidad de los tarjetahabientes. <www.visa.com>

² Vincent Quezada, op. cit., 40



Anexo 5.2. El comercio electrónico en México

Internet en nuestro país ha registrado un crecimiento acelerado, en parte debido a la creciente necesidad que se genera por contar con dicho servicio, las escuelas, trabajos, oficinas e incluso algunos comercios ofrecen acceso a la red en sus instalaciones y en algunos casos, de manera abierta para todo público.

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)³ se encarga de medir el crecimiento de los usuarios en Internet en nuestro país y mediante sus asociadas ofrecer cifras sobre el comercio electrónico realizado por la Red.

Las últimas cifras que nos presenta dicha asociación, muestran un panorama muy favorable para el comercio electrónico con un crecimiento del 59% para finales de 2005 dejando una derrama económica de \$ 3,791,650 (Monto en miles de pesos).⁴

La siguiente gráfica muestra la distribución por ramo de la actividad de comercio electrónico del año 2005.

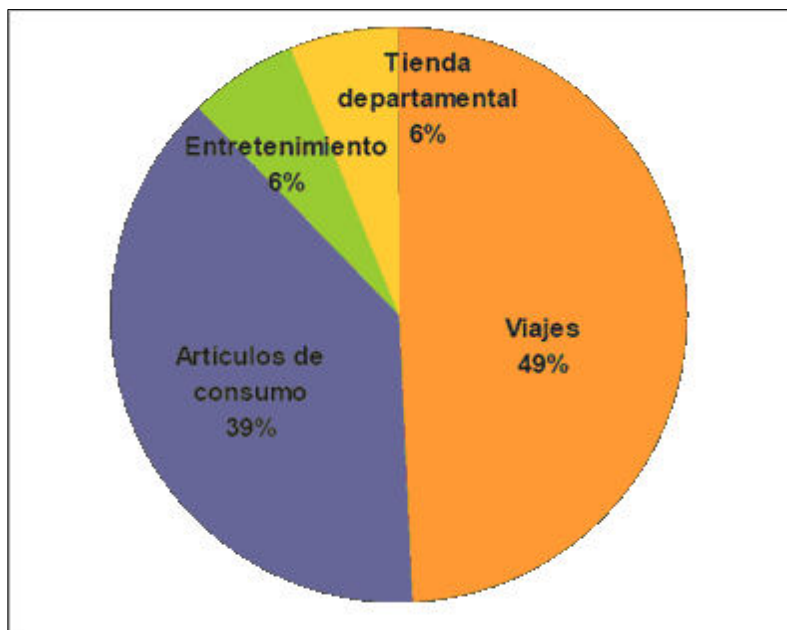


Figura 5.1. Ventas por segmento en porcentaje⁵

³ Asociación Mexicana de Internet, www.amipci.org.mx, Consultado el 13/10/08

⁴ Estudio de comercio electrónico de la AMIPCI, 2006.

⁵ Estudio de comercio electrónico de la AMIPCI, 2006.



Como se puede observar, la venta de viajes en línea es la actividad que más se benefició del comercio electrónico en nuestro país, obteniendo las siguientes cantidades:



Figura 5.2. Ventas por segmento en miles de pesos⁶

Así mismo, en la siguiente gráfica se aprecia que la forma preferida de los consumidores para realizar sus compras es mediante las tarjetas de crédito con el 61% del total de las compras.

⁶ Estudio de comercio electrónico de la AMIPCI, 2006.

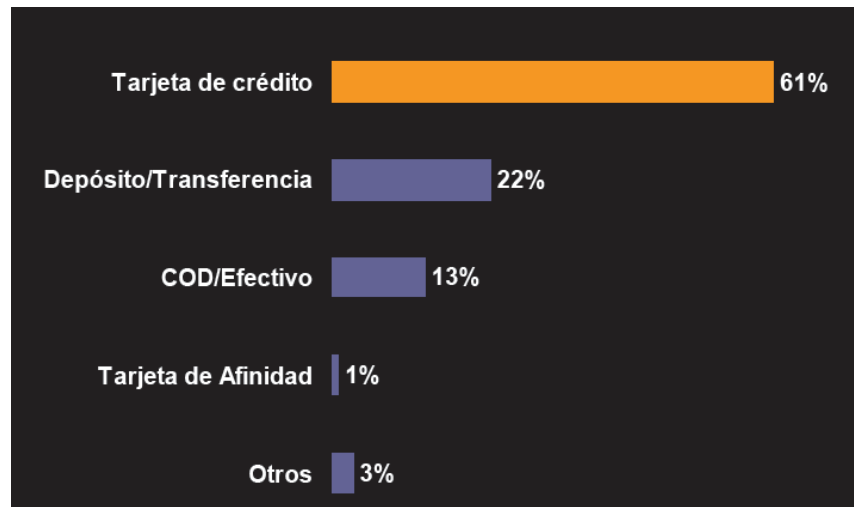


Figura 5.3. Sistemas de pago⁷

La distribución geográfica de los compradores se encuentra distribuida de la siguiente manera:

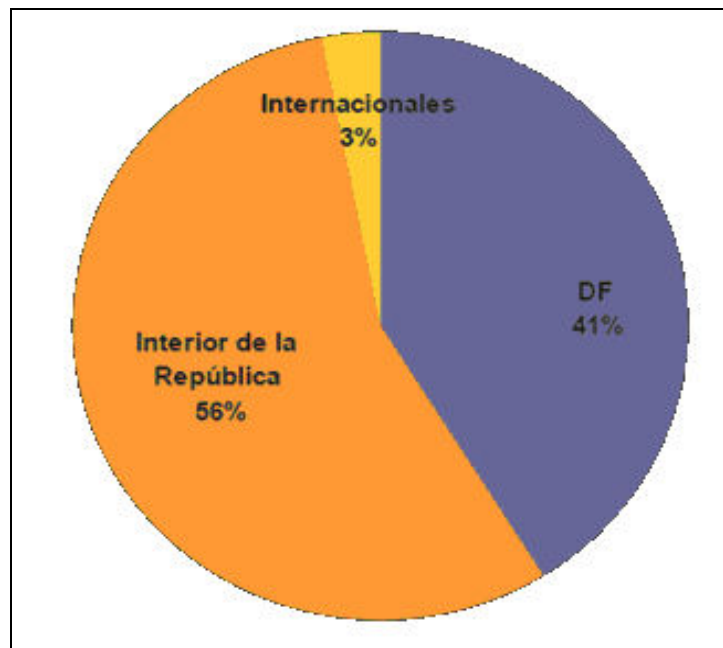


Figura 5.4. Distribución geográfica⁸

⁷ Estudio de comercio electrónico de la AMIPCI, 2006.

⁸ *ibid.*



Es posible observar que la mayor parte de los consumidores se localiza al interior de la república, esto muchas veces en respuesta a la falta de productos que solo se pueden localizar en las ciudades más grandes del país.

El crecimiento del comercio electrónico en nuestro país es un reflejo del crecimiento presentado de Internet durante el año 2005, en donde se pasó de un 10.3 % en la base instalada para Internet a un 17.9% en 2006.

**Crecimiento de la base instalada de PC's con
Conexión a Internet, 2005 - 2006**

	2005	2006
PC's Empresas	7.6%	15%
PC's Hogares	12.3%	20%
PC's Totales	10.3%	17.9%

Figura 5.5. Base instalada de PC⁹

Ahora bien, pasando de los porcentajes a las cifras, en la siguiente figura se observa el número de computadoras con acceso a Internet de nuestro país en 2006.

Base instalada de PC's con Conexión a Internet

	Base Instalada de PC's	PC's con conexión a Internet	% con Internet
PC's Empresas	5,075,192	3,044,677	60%
PC's Hogares	7,520,155	4,406,461	59 %
PC's Totales	12,595,347	7,451,138	59%

Figura 5.6. Base instalada de PC's con conexión a Internet¹⁰

⁹ Resumen ejecutivo de uso de Internet en México de la AMIPCI 2006.

¹⁰ Resumen ejecutivo de uso de Internet en México de la AMIPCI 2006.



La penetración de Internet es cada vez mayor y sin duda alguna, entre mayor sea la posibilidad de que las personas entren a la Red más posibilidades existirán para las empresas de explotar esta plataforma para hacer negocios en línea.