



la clase
ejecutiva



EDICIONES.ESPECIALES@MERCURIO.CL | SANTIAGO DE CHILE | MARTES 6 DE AGOSTO DE 2024

La Clase Ejecutiva UC es una alianza entre "El Mercurio" y la UC, fundada en 1998, para apoyar la formación profesional en Chile | Más información de este curso y diplomados en www.claseejecutiva.uc.cl

Según Google, el e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de internet. Si se consulta en inglés, el comercio electrónico es el intercambio de bienes y servicios y la transmisión de fondos y datos a través de internet.

Por lo tanto, el e-commerce está relacionado con el marketing, las tecnologías de información y comunicación y frecuentemente con la logística, cuando lo que se vende es un producto físico.

Para tener un e-commerce exitoso, se deben conjugar bien todos estos elementos, lo que es sumamente complejo. Primero que todo, se debe ver cómo calza el e-commerce con la estrategia de la organización. Cuando comenzó el e-commerce, en los años 80, este se distinguía fuertemente del retail tradicional, que tenía tiendas físicas. Con el correr del tiempo, el retail tradicional hizo cada vez más uso del e-commerce y algunos, como Amazon, incorporaron tiendas físicas. Esto llevó a la multicanalidad, que es tener distintos canales de distribución que funcionan independientemente, y luego a la omnicanalidad, que es lograr que los distintos canales estén tan integrados que el cliente pueda pasar de un canal a otro sin que se interrumpa su atención.

Otro aspecto que hace que el e-commerce sea complejo, es la tecnología en que se basa, la que evoluciona constantemente. El marketing digital, por ejemplo, que es vital para el e-commerce, involucra mucha tecnología. La

ANÁLISIS:

¿Qué es el comercio electrónico y por qué es tan complejo?

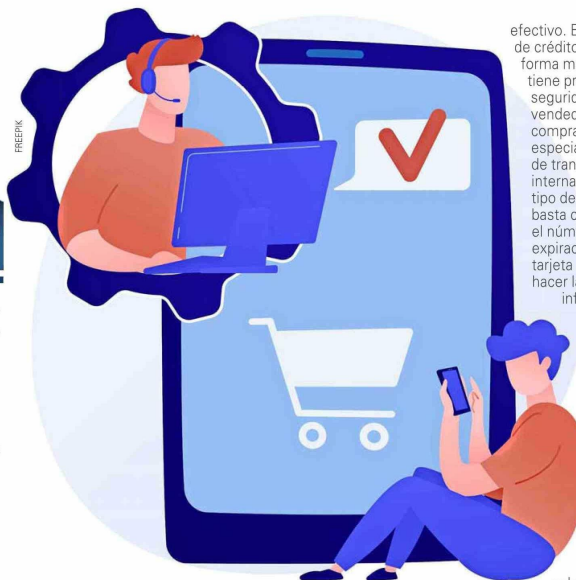
El comercio electrónico está relacionado con el marketing, las tecnologías de información y comunicación, y frecuentemente con la logística, cuando lo que se vende es un producto físico. Para tener un e-commerce exitoso, se deben conjugar bien todos estos elementos, lo que no es sencillo.



Sergio Maturana,
Ph.D. in Management, University of California, Los Ángeles, UCLA, USA.

experiencia del cliente (CX) también depende mucho de la tecnología que se usa. El ideal es que la experiencia de compra sea óptima para que las personas prefieran la compra online a la presencial.

Finalmente, otro aspecto complejo es cómo se paga. La forma en que se paga online es más compleja que presencialmente ya que no existe la posibilidad de ver al comprador ni de aceptar



El ideal es que la experiencia de compra sea óptima para que las personas prefieran la compra online a la presencial.

efectivo. El uso de la tarjeta de crédito es, en general, la forma más usada pero tiene problemas de seguridad, tanto para el vendedor como para el comprador, especialmente tratándose de transacciones internacionales. En este tipo de transacciones, basta conocer el nombre, el número, la fecha de expiración y el CVV de la tarjeta de crédito para hacer la transacción. Esta información no es difícil de obtener. Por ejemplo, si alguien toma su tarjeta, en pocos segundos le puede sacar una foto por ambos lados y tiene toda esta información. Incluso algunas personas son capaces de memorizarla con solo mirar la tarjeta unos segundos. Sin embargo, también es posible que esta

información sea obtenida de alguno de los e-commerce en que ha realizado una compra por una vulneración de sus bases de datos. En la web profunda u oscura esta información se vende por poca plata. Así que hay que tener mucho cuidado. Hace poco detecté cargos no autorizados en mi tarjeta de crédito y descubrí que producto de un reciente cambio legal, en Chile uno tiene que mandar una declaración jurada al banco, hacer una denuncia extendida en Carabineros, y luego ser citado a la Fiscalía. Todo esto porque alguien tuvo acceso a la información de mi tarjeta de crédito, la que por supuesto, ya está bloqueada.

Publicación de hoy:
 Selección del curso
 "E-commerce" de
 los Diplomados de Clase
 Ejecutiva UC.

