

Con “e-” y para la gestión: el e-commerce

e-commerce (normalmente traducido como comercio electrónico) es un término sobradamente conocido, que se utiliza para hacer mención a aquella parte de **e-business** aplicada a las transacciones comerciales, es decir, todos aquellos procesos de negocio con los que la empresa se aproxima y llega al mercado (consumidores, clientes,...), incluye por lo tanto actividades como gestión de las ventas, promoción, marketing, recepción de pedidos, información y servicios al cliente, evaluación de nivel de satisfacción, actividades relacionales con los consumidores..., utilizando los medios y la tecnología relacionada con el mundo internet.

Engloba conceptos como el **e-marketing**, que no es otra cosa que la gestión activa del marketing de la empresa a través de la red, y al que se le dedicará unas líneas en otra ocasión en esta misma sección. Cuando la relación es de empresa a empresa se le suele denominar **B2B**, que es la abreviatura de la expresión anglosajona business to business: comercio electrónico “de empresa a empresa”.

Cuando las relaciones de comercio son entre empresas y consumidores la denominación utilizada es **B2C** que es la abreviatura de business to consumer: comercio electrónico de “empresas a consumidor”. Un ejemplo sobradamente conocido por su globalidad de actuación y buen funcionamiento en B2C es Amazon.

Una forma de visualizar el e-commerce es el famoso carrito de compras, en el cual el cliente selecciona los productos que quiere comprar, comunica sus datos, y gestiona su pedido, pudiendo hacer el pago a través de medios convencionales o directamente online. Este tipo de e-commerce, probablemente sea hoy el más popular y ya un gran número de empresas grandes y pequeñas en la red lo utilizan. Son las también denominadas tiendas virtuales y nada como hacer la búsqueda “tienda virtual”, en yahoo o google para ver alguna de ellas.

Rizando el rizo nos encontramos con el término **B2B2C** modalidad de comercio electrónico que engloba el B2B (business to business) y el B2C ('business to consumer') y que responde más a una filosofía de actuación que a una superposición de los dos negocios. Rebuscando podemos encontrar otras expresiones menos utilizadas como **B2G**, que sería el comercio electrónico con organismos públicos, administraciones o gobiernos.

O **B2E**, business to employee (de empresa a empleado), entre empresa y sus trabajadores. Por ejemplo, una empresa que ofrece paquetes especiales a sus trabajadores a través de su intranet. Incluso hay quien habla de **C2C** al referirse al comercio entre dos particulares, por ejemplo las transacciones utilizando ebay.

PARA FINALIZAR ESTAS NOTAS SOBRE E-COMMERCE

Unas reflexiones:

- El e-commerce desde hace años es una realidad muy importante tanto en número de usuarios demandantes como en oferentes y que además aumenta de manera creciente cada día.
- No afecta, ni crece de la misma manera en todos los sectores, pero si hay negocios o sectores que tienen una clara estrategia comercial a desarrollar y un importante recorrido a través de la red.
- El tamaño de la empresa en este caso importa menos, ya que entre otras cosas, la tecnología se ha abaratado mucho desde el inicio hasta ahora. Pudiendo ser una alternativa estratégica adecuada para el posicionamiento comercial de pequeñas empresas.
- Es responsabilidad de la gestión evaluar y definir la conveniencia estratégica y en su caso la manera más adecuada de abordar el proceso.

COMISIÓN FISCAL

Ante la entrada en vigor, el pasado 19 de noviembre, del Real Decreto por el que se modifica el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades, y la especial trascendencia que supone en cuanto a las obligaciones de documentación de las operaciones vinculadas –que serán exigibles a partir del 19 de febrero de 2009–, este mes *O Economista* incluye un suplemento especial sobre este tema elaborado por nuestro colaborador Miguel Caamaño, Catedrático de Derecho Financiero y Tributario y Abogado.

[EL TEXTO ÍNTEGRO DE ESTE REAL DECRETO SE ENCUENTRA DISPONIBLE EN LA BIBLIOTECA WEB]



Carlos Martínez Rubinos
Presidente Comisión EPCA