

MUNDO DIGITAL

Comercio Electrónico en México



JULIO A. GARIBAY RUIZ / COLABORACIÓN
Ensenada, B.C. jagaribay@glostral.com

El auge se da porque más usuarios utilizan tarjetas de crédito para compras en-línea y a que existen más hogares con acceso a Internet



Foto: Cortesía

En México cada vez son más los usuarios que utilizan las tarjetas de crédito para hacer compras en-línea.

La perspectiva en México para el Comercio Electrónico (CE) empieza a florecer debido a inhibidores que permiten a los usuarios tener mayor confianza en la utilización de las tarjetas de crédito para compras en-línea.

También gracias a que existen más hogares con acceso a Internet, y que la mayoría de las compañías grandes y muchas empresas medianas cuentan con sitios web y ofrecen a sus clientes opciones de compra en esta modalidad.

Inicios del Comercio Electrónico

El comercio moderno inició en Italia a principios del siglo XIII, donde las condiciones políticas facilitaron el intercambio de mercancías, mejorando la eficiencia entre los procesos de producción y consumo. Las organizaciones en este tipo de micro economía, venden, compran, o intercambian sus productos personalmente.

Las primeras aplicaciones de CE fueron desarrolladas en los 1970s, donde fondos monetarios se enrutaban electrónicamente entre organizaciones ("Electronic Funds Transfer"). Posteriormente se desarrolló una aplicación para transferir electrónicamente documentos financieros ("Electronic Data Interchange").

La comercialización de Internet y la participación masiva de usuarios en la "World Wide Web" a inicios de los 1990s, dió pie al término CE, el cual se refiere al proceso de comprar,

vender, o intercambiar productos, servicios o información a través de redes virtuales de computadoras alámbricas (principalmente en hogares o empresas) o inalámbricas (por ejemplo, utilizando dispositivos tales como el i-Phone, i-Pad, etc.)

Inhibidores del Comercio Electrónico

De acuerdo a la Asociación Mexicana para Comercio Electrónico (AMECE), el CE entre negocios (Business-to-Business", B2B) y Consumidores ("Business-to-Consumer", B2C) está en las etapas iniciales de desarrollo. El éxito dependerá que no se caiga en los extremos con relación a los productos y servicios adquiridos o vendidos.

Por una parte, a que sean suje-

tos a los altos costos de envío por empresas privadas de mensajería, excesivas regulaciones e impuestos gubernamentales y por otra, a que no existan los controles suficientes que pudieran inhibir las compras por medios electrónicos, tales como el fraude en-línea, la privacidad, y seguridad.

Para manejar los aspectos de control, existen en el mercado diferentes compañías que han creado plataformas de desarrollo de software que permiten a programadores diseñar portales de CE. Los más importantes son: Microsoft.NET, IBM WebSphere y SUN "J2EE Architecture". Por ejemplo, "WebSphere Commerce suite", soporta transacciones B2C, B2B o infraestructuras privadas. La plataforma se basa en estándares abiertos tales como Java, Java Ser-

vlets, JavaServer Pages (JSP), Enterprise JavaBeans (EJB), y Extensible Markup Language (XML).

El Comercio Electrónico tiene Futuro

Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el CE representa una pequeña parte de la economía nacional. Comparado con el ámbito mundial, el mercado potencial es de 309 mil millones de dólares, donde el gasto anual de EU. y Latinoamérica es de 90 y 8.9 mil millones de dólares respectivamente y el gasto anual per capita en EU. y México en la compra/venta de productos y servicios a través de portales de CE es de 355 y 25 dólares respectivamente.

La AMIPCI presentó un estudio donde se estima que el CE en 2010

cerró con un crecimiento de 31% en comparación con 2009, lo que representa 30 mil 292 millones de pesos. También, en el mismo estudio, la AMIPCI indicó que durante 2010, la compra de boletos de avión y computadoras fueron los principales impulsores del crecimiento del CE. Es importante resaltar, que algunos estudios consideran el pago de impuestos al gobierno como transacciones de CE, tal como el realizado por la revista AméricaEconomía Intelligence.

Teléfonos de México (Telmex) ha impulsado el crecimiento del mercado de CE ya que es uno de los proveedores líderes de servicios de Internet. Sin embargo, muchos de los operadores por cable, tales como Megacable, Cablevisión y Cablemás están aumentando su presencia. Esto se debe principalmente a que estas compañías pueden ofrecer los servicios de telefonía, Internet y cable (televisión) en un solo paquete (también conocido como "Triple Play").

Las compañías que compiten por el mercado de CE, están operando en un ambiente complejo tecnológicamente hablando; donde se espera que para el año 2014, el mercado mexicano de usuarios conectados al Internet alcance un volumen de 20,692 millones, que representa un incremento del 64% desde el 2009. Para entonces, es de esperarse que nuevas tecnologías permitan el aumento en el número de competidores que ofrezcan conectividad de alta velocidad al Internet y por consiguiente se ofrezcan mas beneficios y opciones para los consumidores. ✓

Microsoft y Nintendo las empresas más contaminantes

OLIVIA AGUAYO / AGENCIA REFORMA

México, DF

Nokia es la empresa fabricante de tecnología de consumo más ecológica, mientras que Microsoft y Nintendo son las más contaminantes, de acuerdo con un ranking mostrado por Greenpeace durante el CES 2011.

Apple recibió una calificación reprobatoria de 4.9.

La organización ambientalista se dio a la tarea de calificar a 18 de los principales fabricantes de computadoras, teléfonos, televisiones y consolas de videojuegos, de acuerdo al daño que realizan al medio ambiente.

La guía de electrónicos verdes toma en cuenta tres criterios para seleccionar cuáles son los productos electrónicos más ecológicos.

El primero es la cantidad de tóxicos, como el plomo y los retardantes de flama bromados que contienen; el segundo es el uso eficiente de la energía, y por último,

la capacidad de ser reutilizados y reciclados.

Entre las empresas que obtuvieron la mejor calificación se encuentran Nokia con 7.5 (de un total de 10) y Sony Ericsson con cerca de 7 puntos. Le siguen Philips, Hewlett-Packard, Samsung, Motorola, Panasonic y Sony.

Otras, como Apple, a pesar de que en cada presentación insiste en su preocupación por el medio ambiente, no obtuvieron ni 5 puntos

Microsoft, Sharp, Fujitsu, Lenovo, LG Electronics, Acer, Dell y Toshiba también reprobaron en el ranking de la asociación ambientalista.

Nintendo fue la que obtuvo la menor calificación con menos de dos puntos, lo que la ubica como la empresa más contaminante del sector.

Carlos Sandoval, presidente del Consejo Nacional de Industriales Ecológicos (CONIECO), asegura que la guía de Greenpeace ofrece una recopilación muy amplia de

las características ambientales de los electrónicos de las marcas más reconocidas.

"Los fabricantes van a buscar un mejor lugar en el ranking y mejor puntaje, y Nokia como líder, tendrá un gran reto por buscar la calificación de 10", dice el presidente.

A los usuarios que quieren adquirir un nuevo gadget, Sandoval recomienda consultar la lista y adquirir el equipo que menos contamina.

"El poder de compra del usuario ha logrado, sobre todo en Europa y en particular en Alemania, que los fabricantes de todo tipo de equipos y productos pongan especial cuidado en ofrecer lo que el público prefiere: los productos de mejor tecnología y amigables con el medio ambiente", explica Sandoval.

El presidente del consejo hace un llamado a que los fabricantes creen productos con precios accesibles, materiales reciclables y que no contengan materias primas riesgosas. ✓