



Volumen **4** No. **1**  
traves. emprend.  
Enero - Junio 2020  
e-ISSN: 2539-0376

# Importancia del comercio electrónico en la actualidad

**Madelin Yamileth Narvaez Chingal**

**Laura Silvana Ortega Meza**

Estudiantes del Programa de Contaduría Pública  
Universidad Mariana

El comercio electrónico está creciendo a pasos agigantados en diferentes rincones del mundo y en América Latina.

El comercio electrónico en Colombia, antes de la pandemia, venía creciendo de forma acelerada: entre 2018 y 2019 las ventas realizadas a través de internet crecieron 17 % y el número de transacciones aumentaron 39 %. Pero este panorama se transformó radicalmente con la pandemia del COVID-19, desde que inició la cuarentena nacional, semanalmente el crecimiento de las ventas es del 8 %, es decir, cada dos semanas se está creciendo lo que antes se crecía en un año. Esto refleja la acelerada digitalización tanto de empresas como de consumidores, pues los colombianos están viendo como una alternativa de mucho valor el uso del comercio electrónico en un contexto donde se requiere mantener el distanciamiento físico.

“El comercio electrónico ha sido una industria clave para la reactivación económica. Muchas empresas se están dando cuenta de la necesidad de la digitalización y los consumidores están ganando confianza para realizar sus transacciones a través de internet. Sin duda, la pandemia ha transformado radicalmente al sector comercio, una vez superemos esta difícil situación de salud pública, muchas de las nuevas tendencias de consumo se mantendrán, acelerando el crecimiento que venía mostrando el sector”, explica María Fernanda Quiñones, Presidenta Ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (El Tiempo, s.f., párr. 1-2)

La transformación digital en Colombia ha hecho que muchas empresas se aventuren en el mundo del comercio electrónico, consolidando al país como uno de los mercados más importantes de la región junto a Brasil, México y Argentina.

En vista de que una mejor infraestructura ha llevado el Internet a casi todo el país, fomentando la digitalización de los procesos, las empresas se han beneficiado del comercio electrónico para cerrar más ventas y, por supuesto, estimular la economía colombiana.

Todo esto llevó a que **el comercio electrónico en Colombia creciera un 24% en los últimos 5 años** y se prevea que, para el año 2021, las ventas superen los USD 26.073 millones según Asobancaria. (Forero, 2020, párr. 1-3)

El e-commerce, o comercio electrónico, es un sistema de compra y venta de productos o servicios que se realiza exclusivamente a través de Internet. Se refiere a las transacciones entre compradores y vendedores mediante una plataforma online que gestiona los cobros y los pagos de manera completamente electrónica. (Eserp, s.f., párr. 3)

De acuerdo con la definición anterior, existen diversas relaciones electrónicas entre las empresas, los gobiernos y los consumidores. Por lo anterior, se han desarrollado diferentes tipos de comercio electrónico (ver Figura 1).

**Figura 1**

*Tipos de comercio electrónico.*



Fuente: Espitia (2019).

## Tipos de comercio electrónico

- B2B. Consiste en el comercio electrónico que se realiza entre las empresas, es decir, de "empresa a empresa", ya sea entre un fabricante y un mayorista o entre un mayorista y un minorista. Este tipo de comercio puede ser abierto a todas las partes interesadas o limitado a un grupo de participantes en la cadena del valor de un producto. Existen diversas plataformas de B2B especializadas que generalmente proveen cadenas de valor específicas.
- B2C. Este tipo de comercio electrónico es el que se lleva a cabo entre las empresas y los consumidores. La transacción de compra se realiza electrónicamente y de forma interactiva.

- C2C. Este tipo de comercio electrónico es el que se da entre “consumidor a consumidor” por medio de una plataforma especializada o marketplace donde un consumidor pone a la venta un producto a otros consumidores.
- B2G. Consiste en un tipo específico de comercio B2B. En este caso el comprador es una entidad de gobierno. Este comercio comprende la comercialización de productos y/o servicios a diferentes entidades del gobierno. (Espitia, 2019, p. 20)

Las principales ventajas de comercio electrónico en comparación con un negocio tradicional son:

- Acceso a un mercado global, de manera que podrás ampliar el target de tu tienda online y conseguir más clientes.
- Gran potencial para escalar el negocio y ampliar la oferta de productos y servicios sin necesidad de realizar una gran inversión.
- Reducción de los costes y gastos que implica gestionar una tienda online, tanto en términos de infraestructura como de personal es otra de las principales características del comercio electrónico.

No obstante, emprender en el mundo del comercio electrónico también encierra una serie de desventajas o riesgos:

- Existe una gran competencia, sobre todo de grandes colosos del comercio online y de reconocidas marcas internacionales que abren sus propias tiendas online.
- Problemas de seguridad, generalmente causados por ciberataques, que exponen los datos de los clientes y afectan la confianza en la tienda online.
- El umbral de rentabilidad tarda en llegar, generalmente hay que realizar una inversión importante en marketing al inicio para que el e-commerce obtenga visibilidad. (Eserp, s.f., párr. 4-6)

Hoy por hoy, en Colombia, la cifra de accesos móviles a Internet ronda el 50 % del total de los más de seis millones de conexiones a la red. Hasta hace poco tiempo, los primíparos del e-Commerce en Colombia, notaban la falta de accesos de banda ancha como la principal limitante al desarrollo del sector del país. Afortunadamente, las cosas han cambiado bastante, para bien. Si a las iniciativas de infraestructura del plan Vive Digital, del Gobierno Nacional, las combinamos con las demás iniciativas del plan que cubren los servicios, los usuarios y el desarrollo de aplicaciones se les suma las políticas tributarias que han permitido que tengamos computadores y Tablets a precios muy bajos en nuestro país, es fácil ver con claridad que Colombia es tierra fértil para el comercio electrónico. (Soler, 2014, p. 24)

## Referencias

- El Tiempo. (s.f.). ¿Hacia dónde va el comercio electrónico en 2020? *Hotsale*. <https://www.hotsale.com.co/noticias/hacia-donde-va-el-comercio-electronico-en-2020>
- Eserp Business & Law School. (s.f.). ¿Qué es el e-commerce o comercio electrónico? [Blog]. <https://es.eserp.com/articulos/e-commerce-o-comercio-electronico/>
- Espitia, M. (2019). *Comercio electrónico en Colombia: Un mercado pionero amenazado por los gigantes del e-commerce* (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana). <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/47241/Trabajo%20de%20Grado%20FINAL%20CORREGIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Forero, T. (2020, 14 de febrero). Comercio electrónico en Colombia: cómo luce el escenario de las ventas en línea en el país para el 2020 [Blog]. *Rockcontent*. <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico-en-colombia/>
- Soler, A. (2014). ¿Hacia dónde va el comercio electrónico en Colombia? *Ploutos*, 4(1), 17-24. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1371>