Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Círculo de Escritores Artículos

Plataformas digitales de comercio

López Cabrera, Humberto

2020-05-14

https://hdl.handle.net/20.500.11777/4663

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Plataformas digitales de comercio

Humberto López Cabrera

Publicado en “24-Horas”, el 14 de mayo 2020. Disponible en:
https://web.mediasolutions.mx/Notas/?id=202005140422305685&temaid=11946

Miles de empresas han establecido sitios en Internet que ofrecen productos y servicios de todo tipo, desde productos básicos de consumo, servicios de información y financieros, hasta actividades tradicionales como la educación y el entretenimiento.

El comercio electrónico o digital es un concepto que está revolucionando la manera de hacer negocios de las empresas. Desde que apareció Internet en la década de los años 90 se abrió una nueva manera de comunicarnos y hacer negocios en las nuevas plataformas digitales de comercio que surgieron.

Miles de empresas han establecido sitios en Internet que ofrecen productos y servicios de todo tipo, desde productos básicos de consumo, servicios de información y financieros, hasta actividades tradicionales como la educación y el entretenimiento.

Podemos considerar a Amazon como una de las empresas pioneras en este tipo de comercio digital iniciando en 1995 como una librería en línea en la que

se podían adquirir libros impresos por Internet que eran enviados a cualquier parte de Estados Unidos y a unos 30 países.

Posteriormente incluyó libros digitales que se podían leer en su dispositivo móvil denominado Kindle, lanzado en 2007, pero con el tiempo se extendió a una variedad de productos mediante la adición de artículos electrónicos, software, DVD, videojuegos, CD de música, prendas de vestir, calzado, productos de salud, etcétera.

En Latinoamérica apareció lo que se conoce como Mercado Libre en 1999, fundada en Argentina como plataforma de comercio electrónico, en la que millones de personas compran y venden por Internet. Las ganancias de esta empresa son a través de comisiones de venta de las personas que se registran.

Esta nueva manera de vender y comprar hizo que se replanteara el comercio electrónico. ¿Qué es más importante: la plataforma digital o los activos? ¿Cuáles son los beneficios de los compradores? Además, se desarrollaron regulaciones nacionales e internacionales para este tipo de comercio.

LAS PLATAFORMAS DIGITALES

En los últimos cinco años el comercio electrónico se ha desarrollado a un ritmo vertiginoso. Su éxito se basa en que no es necesario tener grandes espacios para comercializar sus bienes o productos, lo que ha traído consigo mayores utilidades comparadas con las empresas que venden de manera tradicional.

Un ejemplo de plataformas digitales, entre muchas, es Uber, que no cuenta con ningún vehículo ni enormes espacios de estacionamiento ni personal contratado por ellos, sino con socios conductores registrados para ofrecer sus servicios con sus propios autos. Uber es una de las empresas que factura anualmente millones de dólares y tiene presencia mundial.