



Comercio Electrónico: B2C, B2B, B2E y B2B2C.

Juan Luis Vera González 12/01/2010

Las siglas que conforman los actuales términos ligados al e-commerce pueden sonarnos ajenas, pero estas nuevas formas de comercio empiezan a despegar de una forma rápida. Ya son muchas las empresas que desean establecer relaciones comerciales a través de la red, tanto con otras empresas como con los clientes finales.



Lanzando una mirada hacia atrás en el desarrollo de Internet, en lo que se refiere al comercio electrónico, los primeros portales comerciales que aparecieron fueron los denominados portales **B2C** abreviatura de la expresión **Business-to-Consumer** (“del negocio al consumidor”); es decir, las típicas webs de empresas vendedoras dirigidas a tratar de establecer transacciones comerciales con clientes particulares compradores. Quizás fue **Dell** una de las primeras en sumergirse en este campo, pero el ejemplo por antonomasia sería **Amazon** (la mayor tienda virtual que existe actualmente). Ya hoy en día es prácticamente raro no encontrar webs de este tipo de cualquier empresa de tamaño medio, y por supuesto de las grandes cadenas de distribución de alimentos y bienes de consumo (sobre todo de electrónica, ya que son los bienes que más facturación poseen en estos mercados B2C). También posteriormente se incorporaron entidades bancarias a este tipo de transacciones puramente on-line como ING Direct, OpenBank, Uno-e, I-Banesto (bancos on-line más conocidos en España), trasladándose también este tipo de comercio al sector de los seguros (con incluso compañías que ofrecen sus servicios exclusivamente a través de la red) y expandiéndose así a todo el resto de sectores comerciales.

Las ventajas de los mercados B2C, son claramente palpables: Desde la reducción de costes que supone renunciar a establecimientos físicos, hasta su especialización en la logística integral, y sobre todo y derivado a su vez de ello, la reducción en los precios finales de los productos o servicios que oferta a través de sus plataformas on-line. En cuanto a los inconvenientes, sin duda alguna resalta la desconfianza del cliente final en cuanto al medio de pago y en menor termino, el uso de los servicios añadidos; En relación al problema del pago, muchas de las empresas presentes en los B2C han recurrido la utilización de medidas de seguridad que redundan en la protección de los datos bancarios de sus clientes desarrollando software específico (basado en algoritmos complejos para proteger claves por ejemplo), e incluso algunas de ellas han recurrido a empresas intermediarias en la gestión del pago como la famosa **Paypal** (de uso generalizado por el portal **ebay**).

Pero quizás el gran salto del comercio electrónico en las transacciones comerciales ha sido la aparición de los mercados **B2B** (**Business-to-Business**) aplicados a las relaciones comerciales entre fabricantes y distribuidores, o entre distribuidores y minoristas. Su crecimiento en los últimos años está siendo exponencial y ya muchas empresas se están habituando a buscar proveedores o fabricantes en otros países a través de estos portales B2B, o a ofrecerse como posibles clientes lanzando demandas de productos o servicios (incluso el sector del transporte se ha añadido a estas prácticas).

DEPARTAMENTO VIRTUAL DE COMERCIO Y MARKETING ARTÍCULOS



Desde el punto de vista del comercio internacional que se realiza desde nuestro país, son varias las plataformas B2B que más se están utilizando en la actualidad, dependiendo del área geográfica que cubren podríamos destacar que para la zona europea el portal de uso más generalizado es [europages](#); en cambio si lo que buscamos son fabricantes o mayoristas asiáticos, se está expandiendo la utilización por las empresas españolas de [Alibaba](#). En este último portal, por ejemplo, una empresa solo ha de colocar una demanda de un producto que necesita y a la mañana siguiente tendrá tres o cuatro empresas asiáticas llamando a su puerta dispuestas a lanzarte ofertas para fabricarlo o vendérselo. Es el mercado global, en su extensión más pura.

Además del B2B y del B2C, ahora están desarrollándose otras formas de comercio on-line, como son el reciente **B2E** (*business to employee*) que sería una derivación del B2C donde simplemente los clientes finales (particulares) a los que va dirigido son los propios empleados de la empresa, que ofrece sus propios productos o servicios a estos con ventajas comerciales justificadas por su relación laboral. La plataforma on-line en este caso es una evolución de las iniciales intranets de las empresas hacia webs corporativas. Aunque realmente este concepto de B2E es mucho más amplio en cuanto a su finalidad, sus aspectos comerciales son secundarios, y posee como objetivos principales otros relacionados con la forma de trabajo como son reducir el tiempo de muchos procesos administrativos y sus costes (teniendo como posible desarrollo futuro la famosa y aún infrutilizada “oficina en casa”). Algunas empresas tecnológicas están encabezando el desarrollo de este concepto de B2E, como es el caso de Microsoft.

Finalmente nos encontramos con los portales **B2B2C**, modalidad de comercio electrónico que agrupa el B2B (*business to business*) y el B2C (*business to consumer*) en una sola plataforma. Estos últimos son conocidos también como *mercados diagonales*, y no son otra cosa que la utilización de plataformas on-line para generar transacciones comerciales entre negocios, y entre la empresa y los consumidores finales. Como ejemplo de estas plataformas podríamos poner a uno de los mayores distribuidores europeos de aparatos electrónicos on-line como es [Pixmania](#) con un portal B2C, en donde se integra en la misma plataforma la versión B2B de su negocio on-line denominada [Pixmania-pro](#). Por supuesto con precios diferentes para minoristas y particulares, pero aprovechando su logística al máximo, y también su alto poder de negociación con los fabricantes.

Es esta una primera aproximación a un tema apasionante como es el comercio electrónico, aquellas empresas que sean ajenas a él estarán renunciando posiblemente a su futuro.

juanluisveragonzalez@yahoo.es