**COMERCIO ELECTRÒNICO**

El comercio electrónico, consiste en la compra y venta de [productos](http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing)) o de [servicios](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa)) a través de medios electrónicos, tales como [Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Internet) y otras [redes informáticas](http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_inform%C3%A1ticas). Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el [Intercambio electrónico de datos](http://es.wikipedia.org/wiki/Intercambio_electr%C3%B3nico_de_datos), sin embargo con el advenimiento de la [Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Internet) y la [World Wide Web](http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web" \o "World Wide Web) a mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos, tales como las [tarjetas de crédito](http://es.wikipedia.org/wiki/Tarjeta_de_cr%C3%A9dito).

La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido de manera extraordinaria debido a Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la [transferencia de fondos electrónica](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Transferencia_de_fondos_electr%C3%B3nica&action=edit&redlink=1), la [administración de cadenas de suministro](http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n_de_la_cadena_de_suministro), el [marketing en Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_en_Internet), el [procesamiento de transacciones en línea](http://es.wikipedia.org/wiki/OLTP) (OLTP), el [intercambio electrónico de datos](http://es.wikipedia.org/wiki/Intercambio_electr%C3%B3nico_de_datos) (EDI), los sistemas de administración del [inventario](http://es.wikipedia.org/wiki/Inventario) y los sistemas automatizados de recolección de datos.

La mayor parte del comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos o servicios entre personas y empresas, sin embargo un porcentaje considerable del comercio electrónico consiste en la adquisición de artículos virtuales (software y derivados en su mayoría), tales como el acceso a contenido "Premium" de un sitio web.

**VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRONICO**

El comercio electrónico realizado entre empresas es llamado en inglés *business-to-business* o [B2B](http://es.wikipedia.org/wiki/B2B). El B2B puede estar abierto a cualquiera que esté interesado (como el intercambio de mercancías o materias primas), o estar limitado a participantes específicos pre-calificados ([mercado electrónico privado](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mercado_electr%C3%B3nico_privado&action=edit&redlink=1)). Algunas de sus virtudes son:

1. Mejoras en la distribución: La Web ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales) la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero, como por ejemplo en la industria del software, en la que los productos pueden entregarse de inmediato, reduciendo de manera progresiva la necesidad de intermediarios.

2.Comunicaciones comerciales por vía electrónica: Actualmente, la mayoría de las empresas utiliza la Web para informar a los clientes sobre la compañía, aparte de sus productos o servicios, tanto mediante comunicaciones internas como con otras empresas y clientes; esto facilita las relaciones comerciales, así como el soporte al cliente, ya que al estar disponible las 24 horas del día, las empresas pueden fidelizar a sus clientes mediante un diálogo asincrónico que sucede a la conveniencia de ambas partes.

3. Beneficios operacionales: El uso empresarial de la Web reduce errores, tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen sus costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar éstas por el mismo medio, y por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de ventajas en las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez.

4.Facilidad para fidelizar clientes: Mediante la aplicación de protocolos y estrategias de comunicación efectivas que le permitan al usuario final del portal web de la compañía plantear inquietudes, levantar requerimientos o simplemente hacer comentarios con relación a los productos o servicios de la misma, y si y solo si estos comentarios son debidamente procesados se puede crear un elemento importante para lograr la fidelización de los clientes, y en consecuencia aumentar la re-compra de productos y servicios, así como también la ampliación del rango de cobertura en el mercado.

**CORREO ELECTRÒNICO**

Correo electrónico (en [inglés](http://es.wikipedia.org/wiki/Idioma_ingl%C3%A9s): e-mail), es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes (también denominados [mensajes](http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje) electrónicos o cartas digitales) mediante [sistemas de comunicación electrónica](http://es.wikipedia.org/wiki/TIC). Principalmente se usa este nombre para denominar al sistema que provee este servicio en [Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Internet), mediante el protocolo [SMTP](http://es.wikipedia.org/wiki/SMTP), aunque por extensión también puede verse aplicado a sistemas análogos que usen otras tecnologías. Por medio de mensajes de correo electrónico se puede enviar, no solamente texto, sino todo tipo de documentos digitales dependiendo del sistema que se use.

**ORIGEN DEL CORREO ELECTRONICO**

El correo electrónico antecede a [Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Internet), y de hecho, para que ésta pudiera ser creada, fue una herramienta crucial. En una demostración del [MIT](http://es.wikipedia.org/wiki/MIT) (Massachusetts Institute of Technology) de 1961, se exhibió un sistema que permitía a varios usuarios ingresar a una IBM 7094 desde [terminales](http://es.wikipedia.org/wiki/Terminal_de_computadora) remotas, y así guardar archivos en el disco. Esto hizo posible nuevas formas de compartir información. El correo electrónico comenzó a utilizarse en 1965 en una supercomputadora de [tiempo compartido](http://es.wikipedia.org/wiki/Tiempo_compartido) y para 1966 se había extendido rápidamente para utilizarse en las redes de computadoras.

En [1971](http://es.wikipedia.org/wiki/1971), [Ray Tomlinson](http://es.wikipedia.org/wiki/Ray_Tomlinson) incorporó el uso de la [arroba](http://es.wikipedia.org/wiki/Arroba_(s%C3%ADmbolo)) (@) como divisor entre el usuario y la computadora en la que se aloja el correo, porque no existía la arroba en ningún nombre ni apellido. En inglés la arroba se lee «at» (en). Así, ejemplo@máquina.com se lee *ejemplo en máquina punto com*.

El término «correo electrónico» proviene de la analogía con el [correo](http://es.wikipedia.org/wiki/Correo) postal: ambos sirven para enviar y recibir mensajes, y se utilizan "buzones" intermedios ([servidores](http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor_de_correo)), en donde los mensajes se guardan temporalmente antes de dirigirse a su destino, y antes de que el destinatario los revise.