



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



---

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIA DEL COMERCIO Y LA**  
**INTEGRACIÓN**

Que influencia tiene el e- Commerce para el Comercio Exterior de China

Diseño de Trabajo de Graduación

Alumno: Tian wenyi

Fecha de entrega: 13/10/2022



---

# Índice

ANTECEDENTES 3-4

DELIMITACIÓN DEL TEMA	5
JUSTIFICACIÓN	6
OBJETIVOS	7
HIPOTESIS	8
MARCO TEÓRICO	9-13
MOTIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	14
METODOLOGIA	15- 20
OBJETO ESPECIFICO	16-49
CONCLUSION	50-51
BIBLIOGRAFÍA	52
AGRADECIMIENTO	53



---

## ANTECEDENTES

El tema de tesis "El desarrollo de e-Commerce de China y la influencia para el comercio comercial de China" explica el significado de la palabra "E-Commerce", el desarrollo tecnológico de China en la Apertura y Renovación económica de China durante los últimos 40 años, el avance de la tecnología en el ámbito de las comunicaciones, la influencia de e-Commerce para el sistema de comercio exterior de china.

China comenzó su proceso de apertura política y económica en 1971 con la visita de Nixon a China. Aunque en un principio la razón del acercamiento de China con su correspondió más a un movimiento estratégico en la búsqueda de un nuevo equilibrio geopolítico global con énfasis en la relación tripartita EU-China-URSS, los efectos se relegaron inmediatamente en sus relaciones comerciales con el exterior, sobre todo con Japón y varios países europeos. En este sentido, China emprendió un proceso de liberalización económica más de una década antes del colapso del Muro de Berlín. Una vez que las fuerzas de mercado comenzaron a desempeñar un papel más importante en el desarrollo económico de China.

Durante los últimos cuarenta años las tasas de crecimiento económico anual han sido de alrededor de 10%. Como consecuencia de ello, en 2011 China se ha convertido en el principal productor y exportador de bienes a nivel mundial, incluso por encima de Estado Unidos, además de colocarse como el tercer importador de mercancías del mundo.

El comercio digital en China representaba tan sólo el 1% a nivel global en 2008, pero una década después el gigante asiático ya representa el 42%. Según los datos del Departamento de Comercio en China, actualmente existen más de 5.000 empresas de comercio electrónico que venden sus productos a todo el mundo. Además, son más de 200.000 las empresas locales chinas que venden en Marketplace (como JD.com, Alibaba) en todo el mundo.

El e-Commerce de China se ha convertido en un punto de acceso económico y una tendencia



---

de desarrollo del comercio exterior. Su espacio de desarrollo es enorme y sus ganancias son más lucrativas. Su aparición y aplicación traerán cambios profundos a toda la sociedad empresarial y generarán mayores ganancias para los chinos. Empresas de comercio exterior espacio y traer más riqueza a la sociedad. China también ha introducido continuamente nuevas políticas para apoyar el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo, y el gobierno espera convertirlo en un nuevo punto de crecimiento del comercio exterior.

Con la mejora de la infraestructura de Internet y la red logística global, la industria del e-Commerce de China mantiene una tendencia de rápido desarrollo y la escala de las transacciones continúa expandiéndose. El mercado comercial y el mercado de comercio electrónico transfronterizo de exportación B2C representado por AliExpress, Lantingjishi y otras empresas se han desarrollado rápidamente. 8,0 billones de yuanes, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 15,6%.



---

## DELIMITACIÓN DEL TEMA

El tema de tesis "El desarrollo de e-Commerce de China y la influencia para el comercio comercial de China". Esta investigación hará un análisis sobre la renovación tecnológica en el ámbito de IT (Información tecnológica) de china durante las últimas décadas, los factores que aumenta del comercio electrónico de china, y su influencia para el sistema de comercio de china.



---

## Justificación

Los avances tecnológicos generados por la inversión en ciencia y tecnología juegan un papel importante en la mejora de la competitividad de las exportaciones del país. El progreso tecnológico siempre ha sido la fuerza impulsora para el desarrollo del comercio internacional, especialmente en la era actual de rápido desarrollo y avance de la economía del conocimiento, el progreso tecnológico se ha convertido en uno de los factores más importantes que afectan el comercio internacional. El progreso tecnológico no solo afecta la escala del comercio internacional y sus cambios estructurales, sino que también puede generar cambios en los patrones del comercio internacional.

Gracias al desarrollo económico y al avance de la tecnología, el comercio electrónico se ha convertido en uno de los principales fenómenos y corrientes de nuestra actividad económica actual, convirtiéndose en uno de los símbolos más significativos del siglo XXI. Con la internacionalización y globalización, el comercio electrónico ha entrado en una nueva etapa de desarrollo, pues se ofrece como una promesa de expansión empresarial.

Tomando las olas de la era de la información, China experimenta un gran desarrollo en el ámbito de comercio electrónico (e-Commerce). El volumen del comercio electrónico de China logra un crecimiento mayor de 20% anual. En el año presente, el número de usuarios de internet de china supera 800 millones.

En este trabajo va a explicar el desarrollo de innovación tecnológica durante la época de la apertura y renovación de china, el desarrollo en el ámbito de e-Commerce durante la última década y su importancia para el comercio exterior de China.



---

# Objetivos

## Objetivos generales:

Describir el proceso de Renovación Tecnológica de China, explicar el desarrollo del ámbito de e-Commerce, e identificar la importancia que tiene el e-Commerce para activar el gigante dormido en su sistema de comercio exterior.

## Objetivos Específicos:

- Explicar el proceso de desarrollo tecnológico durante la Apertura y Reforma económica de china
- Explicar las características y las ventajas que tiene el sistema de e-Commerce de China
- Explicar el desarrollo de e-Commerce de China durante las últimas décadas
- Realizar el análisis el mecanismo del desarrollo interactivo del e-Commerce y comercio exterior
- Explicar la importancia que tiene el e-Commerce para el sistema de comercio de china
- Explicar la importancia que tiene el e-Commerce durante COVID-19



---

## Hipótesis

La hipótesis que estará investigada en el trabajo es la siguiente:

*El rápido desarrollo del e-Commerce de China se ha convertido en una nueva fuerza impulsora para la transformación y mejora del comercio exterior.*





---

## Marco teórico

### **Teoría del costo de transacción.**

La teoría del costo de transacción es una teoría que utiliza el análisis institucional comparativo para estudiar los sistemas de organización económica. Fue propuesto por el economista británico R.H.Coase en su importante artículo "Sobre la naturaleza de los negocios" en 1937. Su idea básica es ahorrar el centro alrededor de los costos de transacción, usar la transacción como una unidad de análisis, descubrir los factores característicos que distinguen las diferentes transacciones y luego analizar qué tipo de organización se debe usar para coordinar.

En 1973, Williamson amplificó la teoría del costo de transacción. El clasificó el costo de transacción por diferentes tipos: Costo de búsqueda, costo de negociación del precio, costo de tomar decisión, costo de información, costo de supervisión, costo de incumplimiento del contrato.

De acuerdo con Coase, la empresa y el mercado son medios alternativos de organización económica. En el mercado, se transan bienes y servicios de manera descentralizada. En el caso de la empresa en cambio, se determina internamente cuáles transacciones se llevan a cabo y se establece un sistema de organización jerárquica.

Así, por ejemplo, un diseñador puede vender sus servicios de manera independiente en el mercado o bien puede formar parte de la plantilla de una empresa, dedicándose exclusivamente a ella.

Las empresas existen porque utilizar el mecanismo de mercado implica costos, de modo que las empresas constituyen una manera más eficiente de organizar los recursos y reducir los costos de llevar a cabo cada transacción.

Las empresas no crecen ilimitadamente puesto que los costos de organización van creciendo con el tamaño. De esta forma, llegará un punto en que sea más eficiente utilizar el mecanismo de mercado.



---

En la aplicación de Teoría de costo de transacción en el ámbito de Comercio electrónico, se rompe las limitaciones tradicionales de costo, localización y etc. con el fin de acortar la distancia de comercio tradicional. Con el comercio electrónico, se ahorra el tiempo, recursos para el vendedor y el comprador, se reduce el costo de búsqueda de información, simultáneamente se reduce el costo de tomar decisión de los compradores.

Las transacciones anteriores entre empresas y consumidores han reducido el costo de encontrar consumidores, el acceso de los consumidores a la información, la comunicación entre empresas y consumidores a través de la plataforma de comercio electrónico, que no solo mejora la eficiencia del acuerdo mutuo, sino que también beneficia al desarrollo de comercio exterior.

## **Economías de aglomeración**

En el libro "Teoría de la Localización de Industrias", Alfred Weber (1902) presentó el concepto de "economía de aglomeración", señalando que la agregación de la ubicación espacial es propicia para la profesionalización del trabajo, mientras que al mismo tiempo evita intermediarios y ahorra costos de transacción.

Por concentración geográfica, las empresas pueden compartir recursos departamentales: tierra, agua, gas, electricidad, etc., reduciendo así el costo de la empresa en el proceso de producción.

Herbert Hoover (1948) cree que las pymes se acumulan porque pueden generar economías de escala y reducir el costo de estas, y al mismo tiempo señalan que existen tres niveles diferentes de economías de escala en cualquier industria.

Button (1976) señaló que las empresas generarán competencia en el proceso de recopilación. En la ubicación geográfica, la recopilación de empresas hace que la difusión de información ante proveedores, intermediarios y consumidores sea más gratuita, lo que promueve la

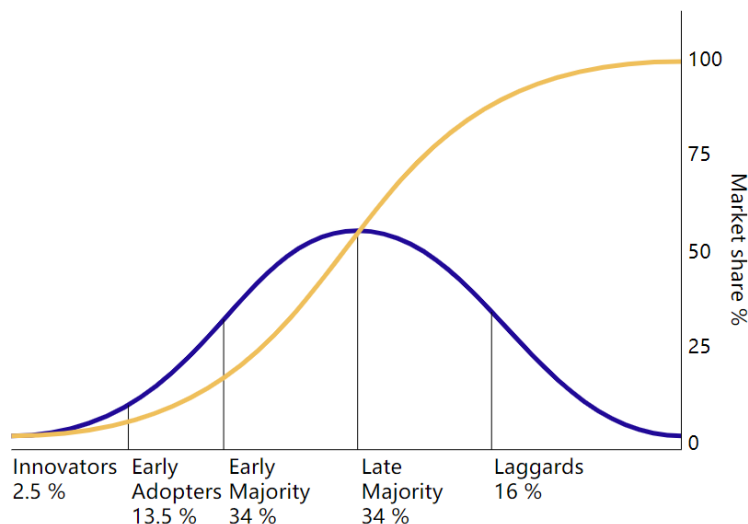


innovación, y la retroalimentación e intercambio oportunos de problemas permiten a las empresas de producción Resolver problemas de los consumidores más rápido.

Joseph Alois Schumpeter (1912) cree que la innovación se logra en la cooperación y la competencia entre empresas y empresas. Cualquier innovación no es una sola empresa. La acumulación de industria no solo cierra los intercambios entre empresas, sino que también ayuda a las empresas a cooperar entre sí. Se realiza la innovación en la competición.

## Teoría de Difusión de innovaciones:

En 1962, el doctor del Universidad de Nuevo México Everett Rogers estudia varios casos de amplificación de innovación. El propuso la famosa teoría "La difusión de innovaciones" de la curva en S y se clasifica el desarrollo y amplificación por diferentes etapas: conocimiento, persuasión, decisión, aplicación, confirmación y etc. y propuso la hipótesis de "Amplificación tecnológica".



Rogers propuso que el proceso de la innovación en casi todas las ideas y las cosas nuevas es una curva en forma S. Al comienzo, hay muy pocas personas y el proceso de difusión de la innovación es lento. Cuando el número de personas aumenta al 10%-25% de la población, aumentará rápidamente la curva y disminuirá cuando esté cerca del punto de saturación. De acuerdo con la teoría de "La difusión de innovaciones", Rogers hizo predicciones sobre la



---

tendencia de desarrollo de Internet. Se señala que para 2005, Internet representará el 15.5% de la población mundial. Dado que el número de usuarios de Internet de EE. UU. ha alcanzado el 71%, cerca el punto de saturación, este gran crecimiento no ocurrirá en los Estados Unidos, y el crecimiento principal ocurrirá en Asia, concentrado en China.

### **Teoría de la acción razonada:**

La teoría de la acción razonada (del inglés: theory of reasoned action (TRA)) es un modelo general de las relaciones entre actitudes, convicciones, presión social, intenciones y conducta. Fue desarrollado por Martin Fishbein e Icek Ajzen (1975, 1980). Lo que pretende esta teoría, es predecir la conducta humana. Las acciones se basan en las actitudes individuales, por lo que una teoría de la acción consiste esencialmente en una descripción de las actitudes. La información que permite la formación de estas es de tipo cognitivo, afectivo y conductual. La información cognitiva se refiere a las creencias y al conocimiento que poseemos acerca de un objeto. En forma similar, la información referida a las demás personas se basa en dichos componentes y es una causa importante de la formación de nuestra respuesta afectiva. La información conductual también influye en las actitudes, ya que evaluamos nuestras propias actitudes en forma similar a cómo lo hacemos con las de los demás.

Específicamente, la actitud está determinada por el beneficio total del comportamiento para el consumidor, y cuanto mayor beneficio brinda al consumidor, más fuerte la actitud para adoptar el comportamiento;

Dinámico de estudio internacional:

En 2000, en la empresa Goldman Sachs, Martin Brooks y Zaki Wahhaj usaron el modelo MULTIMOD para estimar el impacto del comercio electrónico B2B(Business to Business) en la macroeconomía de los EEUU, Japón, Alemania, el Reino Unido y Francia. La conclusión es que existe una relación lineal entre el comercio electrónico B2B y el crecimiento económico. En 2001-2010, cada unidad adicional de comercio electrónico B2B, se aumentará el PIB de estos países en un promedio de 0.25 unidades.

En el libro "The effect of the Internet on international trade" de Freunda y Weinhold (2004). Usan datos de series de tiempo y datos de corte transversal para probar y proponer un modelo



---

teórico del impacto de Internet en el comercio exterior. Los resultados de regresión muestran que se aumenta el 10% del número de host de Internet en un país puede aumentar el volumen de exportación en un 0.2%. La conclusión es que Internet puede estimular el comercio exterior.

Las nuevas tecnologías de comunicación (TIC's) se han convertido en una fuente indispensable para el crecimiento y desarrollo de muchas empresas, en especial si nos referimos al internet, ya que a través de él a diario se realizan una gran intercambio de información así como intercambios comerciales, en el libro E-Commerce, negocios, tecnología, sociedad; de Kenneth C. Laudon y Carol Guercio Traver (2009) define el E-Commerce como el uso de Internet y Web para hacer negocios, o dicho de otro modo, como el conjunto de transacciones comerciales tanto de productos como de servicios realizadas digitalmente entre organizaciones e individuos.

Lou Gerstner IBM CEO dice: E-business es todo acerca de ciclos de tiempo, velocidad, globalización, aumento en la productividad, enriquecimiento a nuevos consumidores e intercambio de conocimientos a través de instituciones que buscan una ventaja competitiva. López et al. (2011) mencionan que "el uso de las TIC's ha facilitado el incremento de las transacciones comerciales, presionando a los países y a sus empresas a ser más competitivas, en especial a las pequeñas y medianas empresas



---

## Motivos y Resultados esperados

En la década de 1990, las personas comenzaron a estudiar la relación entre la innovación tecnológica y el crecimiento económico en el comercio internacional. En los últimos años, con el advenimiento de la era de la globalización económica, las personas prestan cada vez más atención a la aplicación de tecnologías innovadoras en el comercio exterior.

En las últimas décadas, China ha pasado de ser un país con grandes posibilidades de desarrollo a una potencia mundial. La transformación ha sido profunda y acelerada que prácticamente modificó los términos de la globalización.

El comercio digital en China representaba tan sólo el 1% a nivel global en 2008, pero una década después el gigante asiático ya representa el 42%. Con el rápido desarrollo del e-Commerce, se aumenta la velocidad de desarrollo del sistema del comercio de china.

Con el presente trabajo, voy a demostrar el desarrollo del E-Commerce en China para que los extranjeros logran un panorama claro sobre las características y las ventajas que tiene el sistema de e-Commerce de China. Además, en este trabajo, voy a explicar el impacto que tiene el e-Commerce para el comercio exterior, realiza el análisis el mecanismo del desarrollo interactivo del e-Commerce y comercio exterior.



---

## Metodología

Se tratará de una investigación descriptiva y analítica en la cual se abordará la problemática de la relación entre el desarrollo tecnológico y el comercio exterior del China. Y también se describirá el desarrollo del e-Commerce y su influencia para el sistema de comercio exterior de China.

Para esta investigación me basaré en bibliografía existente en libros, en documentos publicados en sitios web de organismos oficiales. Como el ministerio de comercio de China, Banco Interamericano de Desarrollo, La embajada china en argentina, etc.

Dentro de la investigación, se realizará 3 entrevistas a los empresarios de unas empresas chinas en argentina. Con estas entrevistas, voy a realizar unas preguntas relacionadas al desarrollo de China, el desarrollo en el ámbito de Tecnología de la información y la comunicación.

Con estas entrevistas, va a tener una visión más clara sobre la importancia de desarrollo de e-Commerce para su propio sistema comercial. Las preguntas generales son siguientes:

¿Cómo se ve el desarrollo de los últimos años de China?

¿Qué influencia tiene el desarrollo en el ámbito de tecnología de la información y la comunicación (TIC) para su propio negocio?

¿Creen que el desarrollo de TIC va a facilitar la expor & import?

¿Cuál es el panorama que usted piensa para el futuro negocio?

¿Con el desarrollo de TIC, usted piensa que va a facilitar el negocio entre china y argentina?



---

## Entrevista 1:

Con el Empleado del Banco de Export-Import <sup>1</sup>de China.

**Señor He Yao. Empleado del Grupo de trabajo de América Latina para EXIM Bank**

1- ¿Cómo se ve el desarrollo de los últimos años de China?

Respuesta:

*El ritmo de desarrollo económico de China es muy destacado entre otros temas. Aunque fue influida por la oleada de globalización, permanecía un crecimiento relativamente alto a escala mundial. Pero la estructura de la economía de China se vuelve cada día más complicada. Entonces, es también difícil aplicar la reforma estructural para el gobierno.*

2¿Qué influencia tiene el desarrollo en el ámbito de tecnología de la información y la comunicación (TIC) para su propio negocio?

*Siendo un empleado del EXIM BANK, creo que el TIC es un nuevo sector para escavar nuevas oportunidades de cooperación. Aparte de eso, una forma de conferencias que utilizamos con mucha frecuencia, conferencia telefónica, es posible por el TIC. Y con el desarrollo de dicho sector, esperamos que se mejore la seguridad en las comunicaciones por internet y teléfono.*

3- ¿Cres que el desarrollo de TIC va a facilitar la expor & import?

*La respuesta es afirmativa. El TIC contribuye mucho para realizar las comunicaciones simultáneas. Por tal mejoramiento, las negociaciones internacionales e intercontinentales se vuelven mucho más fácil y con eficiencia. Otro beneficio de TIC en la expor & import es facilitar a todos los países la modificación de políticas en el sector externo para adaptarse a la situación de negocios a nivel mundial.*

---

<sup>1</sup> El Banco de Exportación-Importación de China (Chexim - China Exim Bank) es uno de los tres bancos institucionales en China constituidos para implementar las políticas estatales en la industria, el comercio exterior, la diplomacia, la economía y proporcionar apoyo financiero de políticas para promover la exportación de Productos y servicios chinos. Establecido en 1994, el banco está subordinado al Consejo de Estado.





4- ¿Cuál es el panorama que usted piensa para el futuro negocio?

*Creo que el panorama va a ser dinámico. En el siglo 21, la globalización es la palabra más conocida y popular, durante tal tiempo, se destacó la integración de las economías locales a una economía de mercado mundial y a libre circulación de capitales. Pero en los últimos años por la influencia de la idea de proteccionismo, lanzó la oleada de des globalización, el Brexit y Grexit son ejemplos de disminución de integración regional.*

5¿Con el desarrollo de TIC, usted piensa que va a facilitar el negocio entre china y argentina?

*Obviamente que sí. Sin el TIC, es casi imposible hacer negocios entre dos países alejados. Pero eso también tiene que ver con el gobierno de ambas, las políticas que establecen por los dos países afectan mucho a los negocios bilaterales.*

## **Entrevista 2:**

**Con el Representante de la empresa CREC<sup>2</sup>. Sr. Pablo Wang.**

1-¿Cómo se ve el desarrollo de los últimos años de China?

Respuesta

*En los últimos años, China logro un crecimiento fuertísimo de economía, china ha salido de época de pobreza, sacó a 740 millones de personas de la pobreza, La felicidad del pueblo chino aumenta constantemente.*

2¿Qué influencia tiene el desarrollo en el ámbito de tecnología de la información y la comunicación (TIC) para su propio negocio?

---

<sup>2</sup> China Railway Group Limited, conocida como CREC, es una empresa de construcción china que cotiza en las bolsas de valores de Shanghai y Hong Kong. El principal accionista de la compañía es la Corporación de Ingeniería Ferroviaria de China (CRECG), de propiedad estatal.



---

*Primero, TIC como la nueva herramienta estratégica que posee un serie de ventajas para la operación y la gestión de los negocios entre nacional y/o internacional, Permiten las empresas estar conectadas en tiempo real, mejora la comunicación que podrá influir positivamente en los resultados y la productividad con alta eficiencia; Permiten a conocer exactamente las necesidades de los clientes y ofrecer los excelentes servicios inmediatamente; Permiten un ahorro de recursos humanos y costo de operación y mantenimiento, acciones como la planificación o la gestión del tiempo se llevan a cabo de forma más ágil y más eficiente para todos. Entonces, TIC han promovido de manera integral al desarrollo de comercio transfronterizo de servicio y el desarrollo del comercio.*

3- ¿Cres que el desarrollo de TIC va a facilitar la expor & import?

*Si, Claro, como la repuesta anterior, TIC tiene muchas ventajas efectivas para facilitar las operaciones y las gestiones del comercio, no solo comercio interno, sino más promovido para la exportación e importación.*

4-¿Cuál es el panorama que usted piensa para el futuro negocio?

*Usando las TIC como herramienta y vehículo, el comercio digital basado en tecnología digital se ha convertido en una nueva tendencia en el desarrollo del comercio de servicios de para China y para todo el mundo.*

5¿Con el desarrollo de TIC, usted piensa que va a facilitar el negocio entre china y argentina?

*Si claro, China es el segundo socio comercial más grande de Argentina y una importante fuente de capital extranjero, y sus relaciones económicas y comerciales disfrutan de un buen impulso de desarrollo. Con la ayuda de TIC, el comercio entre China y Argentina será muy exitoso en el futuro.*



---

## Entrevista 3:

### Con el Empleado argentino de la empresa CREC<sup>3</sup>. Sr. Guillermo Moray

1-¿Cómo se ve el desarrollo de los últimos años de China?

*China pasó de copiar tecnología a desarrollarla. Por su diversidad, no se enfocó en una única área. Comunicaciones, transporte, medicina y varias otras áreas viven un cambio profundo. En cada área se logran bajar costos y producir mejores bienes y servicios gracias a los avances tecnológicos.*

*La otra clave del desarrollo chino es su modelo de gestión empresarial de rápida respuesta y ordenada alineación a los objetivos centrales en las empresas públicas y de ágil adaptación a los nuevos escenarios que plantea el mundo con sus empresas privadas. En ambos casos con el desempeño de sus recursos humanos como pilar fundamental.*

2¿Qué influencia tiene el desarrollo en el ámbito de tecnología de la información y la comunicación (TIC) para su propio negocio?

*La ingeniería para obras de construcción pasó de los clásicos planos en papel a contenedores de información más modernos como los modelos 3D, los estudios por método de elementos finitos y las simulaciones de montajes que permiten perfeccionar el proceso constructivo en el mundo virtual antes de llevarlo a la fase más costosa de la ejecución.*

*La maquinaria de construcción ya incorporó la tecnología a tal nivel que los rendimientos y el ahorro en horas hombre han aumentado notablemente.*

3- ¿Cres que el desarrollo de TIC va a facilitar la expor & import?

*Los aportes de TIC que van a facilitar el comercio exterior son los que colaboran para acortar distancias en forma virtual, como el desarrollo de internet y de los sistemas confiables de comunicación y traducción entre diferentes idiomas. La disponibilidad de la*

---

<sup>3</sup> China Railway Group Limited, conocida como CREC, es una empresa de construcción china que cotiza en las bolsas de valores de Shanghai y Hong Kong. El principal accionista de la compañía es la Corporación de Ingeniería Ferroviaria de China (CRECG), de propiedad estatal.



---

*información comercial actualizada permite al vendedor encontrar más fácilmente al cliente y el comprador se acerca más rápidamente al producto o servicio que necesita.*

4-¿Cuál es el panorama que usted piensa para el futuro negocio?

*La reducción de costos en la construcción ya no vendrá de economías de escala (grandes obras) sino de reducción en los tiempos de ejecución por la implementación de tecnologías de construcción modernas, maquinarias con todos los avances tecnológicos y sistemas de gestión de información confiables y veloces.*

*Las nuevas tecnologías en las plantas de trituración de piedra, elaboración de hormigón y de asfalto, fabricación de premoldeados, permitirán alcanzar estándares más altos de calidad y esto es lo que habilitará a las empresas constructoras líderes en desarrollo tecnológico imponer sus precios de venta a clientes más exigentes.*

*Las TIC permitirán obtener mejores márgenes optimizando costos y vendiendo a mejores precios.*

5¿Con el desarrollo de TIC, usted piensa que va a facilitar el negocio entre china y argentina?

*Las diferencias entre China y Argentina que las TIC pueden achicar son: (i) las distancias virtuales, mediante sistemas de comunicación modernos (ii) el idioma, con traducción en línea (iii) la cultura, porque la aldea global super interconectada proporciona las mismas experiencias a los habitantes de ambos países.*

*Estando más cerca y vencidas las barreras idiomáticas y culturales los dos países estarán más preparados para hacer negocios.*



---

## Objeto específico

### **1- Explicar el desarrollo de e-Commerce de China durante la última década:**

A lo largo de la larga historia de la sociedad humana, la profunda revolución de la información y la revolución son razones importantes para los cambios fundamentales en la sociedad humana.

La revolución de la tecnología de información ha promovido el desarrollo de fuerzas productivas sociales, promovido cambios importantes en la estructura industrial y el rápido crecimiento de nuevos sectores industriales como el conocimiento y la tecnología intensivos, y promovió la transformación de sectores industriales tradicionales y el desarrollo de la industria terciaria.

#### ***Revolución de Información:***

La tecnología de la información es toda la tecnología que puede amplificar las funciones de los órganos de información humana, incluida la tecnología de detección, la tecnología de comunicación y la tecnología inteligente. Entre ellos, **la tecnología de la comunicación y la tecnología inteligente son el núcleo de la tecnología de la información.**

La revolución de la información es un medio de alto nivel de producción de información y procesamiento de la información. La revolución de la información es una revolución de productividad social y las relaciones de producción causada por el alto desarrollo de la producción de información y el procesamiento de la información. Su propósito directo es expandir las funciones de información humana.

#### ***Revolución tecnológica:***

La revolución tecnológica es un cambio importante en el campo de la tecnología, un proceso en el que las nuevas tecnologías reemplazan a las viejas tecnologías, y significa un salto en los medios y métodos de la práctica humana. La revolución tecnológica se ha convertido en la fuerza motriz más importante para el desarrollo de la sociedad humana.



---

La revolución de la información y la revolución tecnológica son mutuamente causales y se refuerzan mutuamente. Manteniendo el ritmo de la historia, podemos ver que desde el siglo 20, el intervalo de tiempo entre la revolución de la información y la revolución tecnológica se ha acortado. Después de la revolución de la información y la revolución tecnológica en la década de 40, la aparición de nuevas tecnologías y nueva información ha sentado las bases para que la humanidad avance hacia una sociedad posindustrial- la sociedad de la información.

Evolución y estrategia de la información nacional de China:

Desde principios de la década de 1990 hasta el presente, el cambio de la información de China tiene un aumento en la cantidad y un salto cualitativo. Sobre la base del nivel macro de china, el comercio electrónico de China ha evolucionado en los últimos 20 años y se han implementado iniciativas importantes de informatización. El efecto es notable, la tecnología de la información ha ingresado a la familia y los teléfonos, celulares, dispositivos de información y comparadores se han vuelto más populares.

*Los procesos de desarrollo de e-Commerce de china son siguientes:*

## **1- Etapa de exploración de 1993 a 1997**

En la conferencia de Internet de 1993, los expertos chinos de la industria informática exigieron el acceso a Internet. En el año siguiente, el gobierno chino lanzó una política que implica la tecnología electrónica de Internet al ámbito comercial y vida cotidiana. En la época de exploración, el comercio de e-Commerce comienza principalmente a partir de los tres aspectos:

- a. Construcción de infraestructura de Internet. El desarrollo del comercio electrónico depende primero de la escala de las instalaciones de Internet. De 1997 a 2009, el país completó una inversión total de construcción de la plataforma de internet de 4.3 billones de yuanes (660,000 millones de USD). 99.3% de los municipios y 91.5% de las aldeas administrativas conectan a Internet, 96% de las ciudades y pueblos han conectado a banda ancha. La construcción y mejora de la



---

infraestructura de Internet ha promovido la popularidad y la aplicación de Internet.

- b. Instrucción de los conceptos. En el año 1994, el primer foro internacional de comercio electrónico de Beijing marcó la entrada oficial del concepto de "comercio electrónico" en China. En octubre de 1994, Beijing celebró el Seminario de comercio electrónico de Asia y el pacífico, y el concepto de comercio electrónico comenzó a extenderse en China.
- c. Una amplia aplicación. En 1995, se comenzó a comercializar Internet en China. En 1996, se estableció el Centro Internacional de Comercio Electrónico de China. En 1997, tras la conferencia nacional de trabajo de información en Shenzhen, varias provincias, ciudades y regiones establecieron sucesivamente grupos líderes en información para comenzar a formular productos electrónicos en la provincia.

## **2- El prototipo de 1998-2001**

Esta etapa pertenece a una etapa de inicio civil de Internet. En 1998, el departamento postal nacional invirtió 7 mil millones de yuanes para construir 169 redes nacionales de comunicaciones. El costo del acceso a Internet se redujo considerablemente y la reducción sustancial de las tarifas de acceso a Internet creó las condiciones para la popularización del comercio electrónico. La etapa inicial del rendimiento del comercio electrónico es siguiente:

1- Comenzaron a aparecer empresas de internet representadas por el portal.

Web Portal se refiere a un sistema de aplicación que proporciona un cierto tipo de recursos de información de Internet y proporciona servicios de información. En 1999, Sohu (un importante proveedor de servicios de internet) abrió canales de noticias y contenido y sentó las bases para un portal integral. Después de eso, Sina, Netease, Yahoo, Netscape,



---

Tencent y otros sitios web se han establecido uno tras otro, abriendo las puertas a la era del comercio electrónico en China.

### **3- Desarrollo de 2002-2009**

3.1 El acceso a la red de banda ancha reemplaza el acceso telefónico. El número de usuarios de banda ancha en China creció rápidamente debido a los esfuerzos y las ganancias de los principales operadores. En diciembre de 2009, el número de usuarios de banda ancha nacional superó los 100 millones, y el número de usuarios de acceso telefónico se redujo en 3.5 millones hogares. El acceso de banda ancha tiene dos ventajas, una es de bajo costo y la otra es rápida. Gracias a esta ventaja, el comercio electrónico ha emergido rápidamente como una nueva aplicación comercial diversificada.

3.2 Aplicaciones diversificadas. B2B, B2C y C2C como núcleo ha formado gradualmente un nuevo patrón de aplicaciones diversificadas que consiste en nuevas tecnologías, nuevos sistemas y modelos.

### **4- Popularización de 2010 a 2012.**

4.1 Gran escala. Se aumenta en gran escala de comercio electrónico en términos de volumen de transacciones, número de usuarios de Internet, tasa de penetración de Internet, compras en línea, número de sitios web, usuarios de Internet móvil, pagos en línea, etc.

4.2 Actualización de la aplicación de comercio electrónico empresarial. Actualmente hay muchas empresas utilizan Internet para realizar la venta, compra, marketing,





---

publicación, y etc. En china, más del 50% de las grandes empresas han establecido sistemas de comercio electrónico, más del 30% de las PYME que buscan proveedores a través de Internet y el 24% de las PYME dedicadas a la comercialización a través de Internet.

## **Teoria:**

### **1-Teoría del costo de transacción**

En el comercio exterior tradicional, cada transacción debe filtrar y analizar los datos de información masiva, lo que surge una gran cantidad de costos de búsqueda de información. Con el advenimiento de la era del big data, el costo de la búsqueda de información en las transacciones de comercio electrónico ha ido disminuyendo. Según la encuesta, más del 90% de las empresas de China utilizan la tecnología de la información de la red para la administración y operación. Tomemos como ejemplo de productos básicos, se establece un sistema de administración y comercio de productos en Internet y publica información relevante de varios productos en tiempo real, reduciendo los costos operativos. La naturaleza de sin papel del comercio electrónico ahorra en costos de impresión de materiales, gastos de envío, etc. Al mismo tiempo, el uso generalizado de la computación en la nube y el comercio electrónico móvil elimina las restricciones de tiempo y geográficas, permitiendo que las transacciones de comercio electrónico se lleven a cabo en cualquier lugar y en cualquier momento, reduciendo los costos de producción y administración.

### **2- Economías de aglomeración**

Los beneficios económicos de agrupación en el desarrollo del comercio electrónico han promovido la innovación y la reforma del flujo de información, la logística y el flujo de capital. Al mismo tiempo, el comercio electrónico también ha producido ciertos efectos técnicos, innovando constantemente el modo de producción y el



---

modelo de negocio de la empresa, para que la empresa pueda lograr un desarrollo a largo plazo.

El efecto de aglomeración mejora los vínculos económicos entre la industria y la empresa, y crea un entorno comercial muy favorable para la empresa.

El efecto de acumulación generado por el comercio electrónico se concentra en dos aspectos: por un lado, el desarrollo del comercio electrónico ha generado un nuevo modelo comercial. Ha promovido el desarrollo de otras industrias relacionadas y ha aumentado indirectamente el número de personas empleadas.

Por otro lado, el uso generalizado del comercio electrónico puede motivar a las empresas a ajustar su personal, el alcance de su negocio y la estructura económica. Por lo tanto, se encuentra en un entorno más propicio para su propio desarrollo y mejora la competitividad.

La economía a través del comercio electrónico comprenderá que la división del trabajo es más clara y que la cooperación es más estrecha. En general, la aplicación del comercio electrónico no solo innova la forma en que las personas intercambian actividades, sino que también cambia la forma en que se crean las actividades económicas.



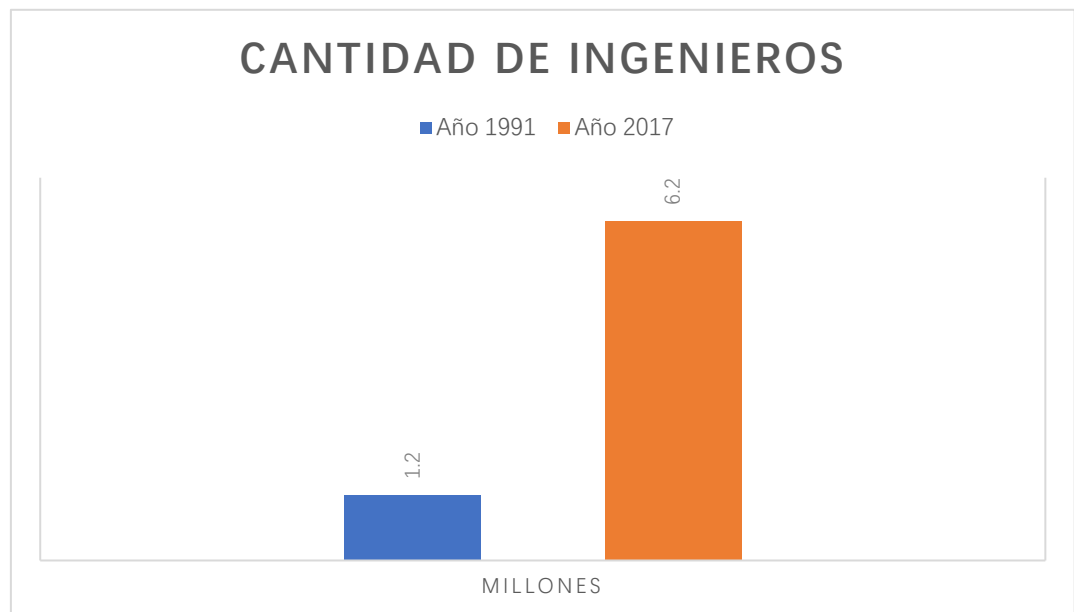
## 2- Explicar el proceso de desarrollo tecnológico durante la Apertura y Reforma económica de china.

Durante los 40 años de apertura y reforma económica de china, el desarrollo tecnológico está cambiando cada día que pasa, la fuerza científica y tecnológica crece juntamente con el desarrollo económico, y se ofrece el soporte importante para el desarrollo integral de China.

Los desarrollos tecnológicos son siguientes:

- ***El número total de personal de I + D (investigación y desarrollo) ocupa el primer lugar en el mundo.***

Los recursos humanos son fundamentales para el desarrollo tecnológico. Durante la apertura y reforma económica de China, se recupera y desarrolla los científicos chinos. El año 2017, las personas totales de I + D es 6.21 millones, seis veces más que el año de 1991, durante el año 1992-2017, el crecimiento promedio de los recursos humanos es 7.2%. En el año 2013, las personas de I+D sobrepasa al E.E.U.U y se ocupa el primer lugar del mundo. (Estadística, 2018)

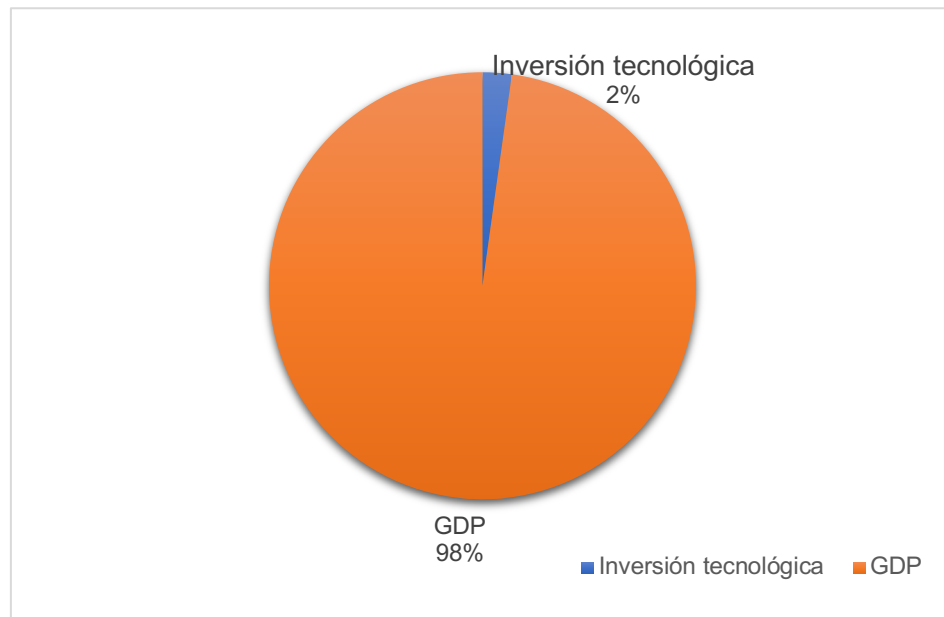


- ***Los gastos en I + D han saltado al segundo lugar en el mundo***

Desde la reforma y la apertura, el gasto de I + D de China ha crecido



rápidamente. En 2017, llegó a 1,760 billones de yuanes (equivalente 300 mil millones de dólares), 123 veces más que en 1991. La tasa de crecimiento anual promedio en 1992-2017 fue de 20.3%. (Estadística, 2018)



- ***Aumenta el apoyo del gobierno chino***

Durante la apertura y reforma de china, el gobierno chino continúa incrementando el apoyo de ciencia y tecnológica. En el año 2016, la inversión fue 110 mil millones de dólares, 120 veces que la inversión de año 1980. La tasa de crecimiento anual promedio en 1981-2016 fue de 14.2%. (Estadística, 2018)

- ***Implementación exitosa del plan de ciencia y tecnología.***

Durante los 40 años de apertura y reforma, el gobierno implementa el plan de desarrollo básico de ciencia (plan 973), investigación de tecnología avanzada (plan 863), construcción de infraestructura, implementación exitosa de una serie de planes de desarrollo en diversos aspectos, como la transformación de logros científicos y tecnológicos. Con el aumento de inversión del gobierno chino, se constituye laboratorio estatal, base de datos científico, plataforma industrial



---

tecnológica, centro tecnológico de empresas. Hasta 2017, se han mejorado 503 laboratorios nacionales, 131 centros nacionales de investigación en ingeniería, 217 laboratorios nacionales de ingeniería y 1276 centros nacionales de tecnología empresarial, y se han mejorado continuamente las instalaciones de hardware de investigación científica. (Estadística, Informe de 30 años de apertura y reforma económica, 2008)

- ***Se aumenta la cantidad y calidad de patente científica***

En 2017, el número de solicitudes de patentes en China fue de 3.7 millones, 74 veces más que en 1991, y la tasa de crecimiento anual promedio fue de 18.0% durante el 1992-2017. El número de patentes otorgadas en China fue de 1.8 millones, 75 veces más que en 1991, con una tasa de crecimiento anual promedio de 18.1%. Al mismo tiempo que el número de patentes ha aumentado sustancialmente, la calidad de las patentes también se ha mejorado simultáneamente. Tomando como ejemplo la patente de invención que se refleja el nivel de innovación, en 2017 el número de solicitudes de patente de invención en China alcanzó los 1.3 millones, lo que representa el 37,4% del número total de solicitudes de patente, un aumento de 14,6 % respecto de 1991 (Estadística, 2018).

- ***Avances significativos en la producción, protección y uso de la propiedad intelectual.***

Después de 40 años de desarrollo rápido, China se ha convertido en un importante productor de propiedad intelectual. Hasta el fin de 2017, el número de solicitudes de patente de invención en China ha ocupado el primer lugar en el mundo durante 7 años consecutivos. China presta la atención para proteger y usar la propiedad intelectual, se ha promulgado sucesivamente una serie de leyes y reglamentos como la "Ley de marcas registradas", "Ley de patentes", "Ley de derechos de autor", "Promoción de la transformación de los logros



---

científicos y tecnológicos", etc.

- ***La innovación masiva***

Durante la reforma y apertura económica china, el sistema de economía de mercado se mejora gradualmente. El año 2017, se aumenta diariamente 17 mil empresas nuevas, hasta el fin de 2017, tiene 98 millones de empresas que dedica diferentes negocios.

- ***La innovación empresarial está en auge.***

La innovación tecnológica es el núcleo de desarrollo de cada empresa. Según una encuesta de 749 mil empresas, tiene 298 mil empresas que realizan actividades de innovación, ocupa 39.9%. En termino de escala de la empresa, la proporción de la empresas grandes, medianas y chicas que involucra a la innovación es 50.8% y 39.9%.

- ***Vinculación de la escalera de la innovación regional***

En los últimos años, China invirtió mucho para construir la zona de alta tecnología e innovación. El número de zonas de alta tecnología ha aumentado de 27 en 1990 a 146 en 2016. Además, la construcción de dos centros nacionales de ciencia y tecnología en Shanghai y Beijing ha sido promovida aún más, se realiza la ciudad de innovación, la zona de demostración de innovación independiente, y los intercambios e intercomunicación entre los municipios.

- ***La innovación tecnológica impulsa la relación diplomática***

Al comienzo de la reforma y apertura, China ha firmado sucesivamente acuerdos intergubernamentales de cooperación en ciencia y tecnología con países occidentales como Francia, Gran Bretaña y Estados Unidos. En cierto sentido, la ciencia y la tecnología se han convertido en la vanguardia de la apertura del país al mundo exterior. Tras 40 años de rápido desarrollo, la amplitud y la profundidad de los intercambios internacionales y la cooperación en el campo de la ciencia y la tecnología de China se han ampliado. En la actualidad, 158 países han establecido cooperación científica y tecnológica con



---

China y se han firmado 112 acuerdos de cooperación intergubernamental. La combinación de introducción y salida y el lanzamiento del plan de acción de innovación tecnológica "La franja y la Ruta" (One Belt, One Road<sup>4</sup>) han hecho de la introducción de tecnología y la tecnología en varios campos la norma, y la diplomacia de ciencia y tecnología se ha convertido en un componente importante de la estrategia diplomática general del país.

- ***La innovación tecnológica ayuda a desarrollar nuevas energías cinéticas.***

Con el desarrollo en profundidad de "Internet+", se han desarrollado con fuerza nuevos productos, nuevos formatos y modelos basados en Internet móvil, lo que se ha convertido en un fuerte apoyo para que China transforme y actualice las industrias tradicionales y cultive nuevas energías cinéticas para el desarrollo económico. Las aplicaciones de Big Data y computación en la nube continúan profundizándose, y los avances en la tecnología de la información de la próxima generación han generado una gran cantidad de compañías de Big Data y compañías de unicornio. El gobierno electrónico, las personas amigables con la información, la economía compartida y el rápido desarrollo de la economía de plataforma han mejorado el nivel de gobierno gubernamental y el sentido de acceso público. La innovación científica y tecnológica lidera el desarrollo de nuevas energías cinéticas y abre un nuevo mundo de crecimiento económico.

---

<sup>4</sup> La Iniciativa de la Franja y la Ruta o Belt and Road Initiative, se refiere a la Franja Económica de la Ruta de la Seda y la Ruta Marítima del Siglo XXI, abreviada BRIZNA (también One Belt, One Road, abreviado OBOR y también la Nueva Ruta de la Seda) y NRS (Nueva Ruta de la Seda) por las siglas en español, es el nombre con que se conoce el proyecto político-económico del Secretario General del Partido Comunista de China, Xi Jinping, que propuso en septiembre y octubre de 2013 en sus respectivos viajes a Asia Central y al Sudeste Asiático.



### **3- Explicar las características y las ventajas que tiene el sistema de e-Commerce de China**

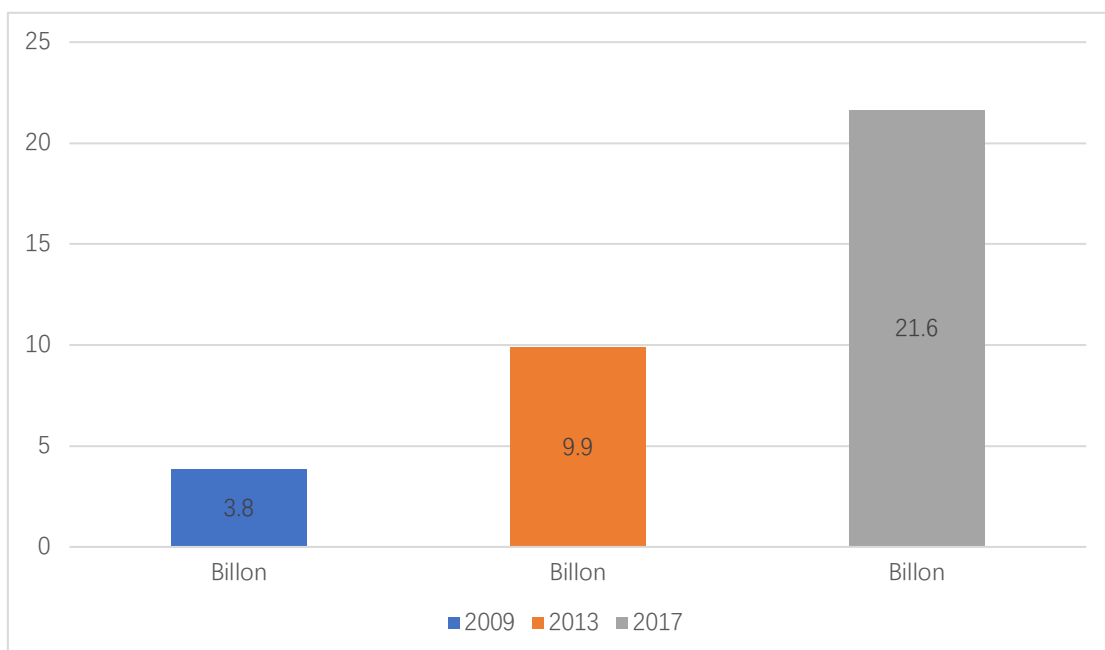
El E-Commerce tiene diferentes definiciones. El 6 de noviembre de 1997, la Cámara de Comercio Internacional celebró una Conferencia Mundial de Comercio Electrónico en París. La definición de comercio electrónico fue la siguiente: El comercio electrónico es la realización electrónica de toda la actividad comercial. La OMC también da su propia definición: el comercio electrónico se refiere a actividades de producción, comercialización y distribución a través de redes de comunicación electrónica. Definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE): El comercio electrónico es una transacción comercial entre empresas o entre empresas y consumidores en una red abierta. Comercio Electrónico es un modo de distribución de los productos y servicios a través de las páginas web de las empresas (Larousse, 2016).

En el siguiente, voy a explicar las características del sistema de comercio electrónico de China:

#### **1. Desarrollo rápido**

El desarrollo de comercio electrónico de China avanza muy rápidamente. Durante los últimos años, el gobierno chino invirtió para mejorar la infraestructura de red, la tasa de penetración de Internet ha aumentado año tras año y el entorno de comercio electrónico ha mejorado. El volumen de transacciones de comercio electrónico de China ha aumentado rápidamente. El año 2009, el volumen es 3.8 billones de yuanes, 9.9 billones de yuanes en 2013, y se espera que alcancen los 21.6 billones de yuanes en 2017 (Se muestra en el gráfico).





## 2. Diversificación de modelos de comercio electrónico.

El comercio electrónico de China se divide en seis modos según el sujeto de la transacción, incluidos B2B (Business to Business), B2C (Business-to-Consumer), B2A (Business to Administration), C2A (Citizen to Administration), C2C (Consumer to Consumer) y O2O(Online-to-Offline). Entre los seis modos, B2B, B2C y C2C son los modos más comunes, de los cuales B2B representa el mercado mayor.

El representante de B2B del comercio electrónico de china es el Alibaba<sup>5</sup>, que ocupa aproximadamente 40% el mercado; el representante de B2C es Tmall<sup>6</sup>. En la plataforma C2C, Taobao<sup>7</sup> es la compañía representativa.

## 3. La oferta excede a la demanda

<sup>5</sup> Alibaba es un consorcio privado chino que posee 18 subsidiarias con sede en Hangzhou dedicado al comercio electrónico en Internet, incluyendo portales de ventas business-to-business, de venta al por menor, y de venta entre consumidores; también ofrece servicios de pago en línea, un motor de búsqueda de comparación de precios y servicios de almacenamiento de datos en la nube.

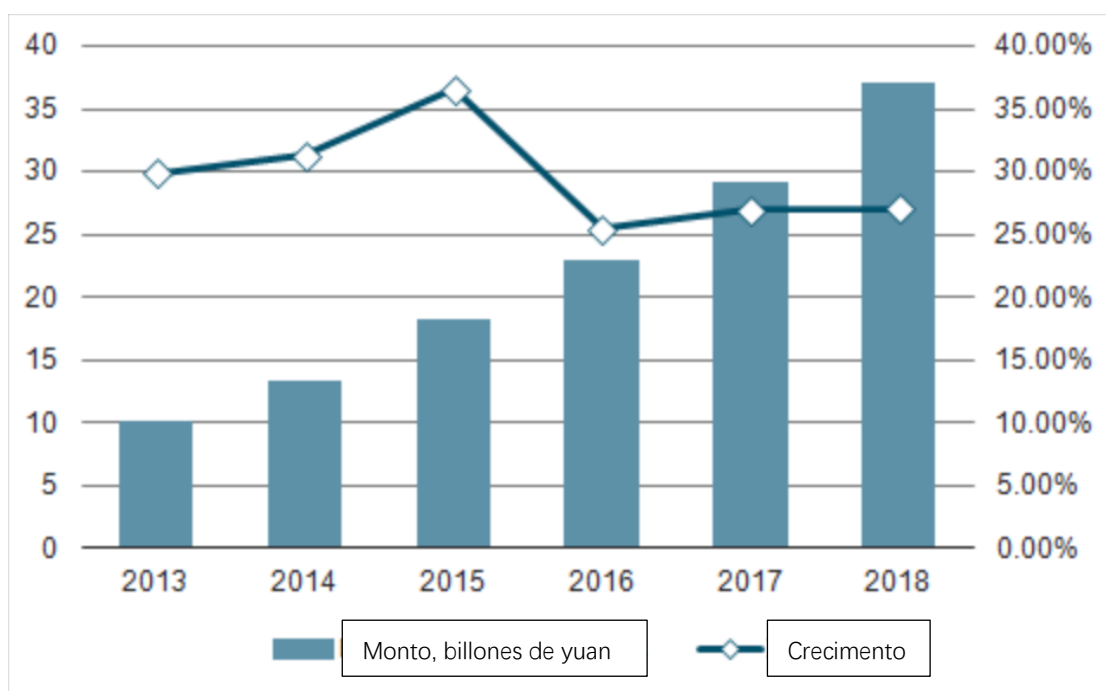
<sup>6</sup> Tmall es un sitio web de lengua china para empresarial-a-consumidor (B2C) venta al detalle on-line, giró fuera de Taobao, operado en China por Alibaba Group. Es una plataforma para chino local y negocios internacionales para vender bienes de nombre de la marca a consumidores en mainland, Hong Kong, Macao y Taiwán.

<sup>7</sup> Taobao es un destino en línea para comprar, socializar y compartir información en China. Fundado por Alibaba Group.

La oferta de productos es bastante más amplia que la demanda, lo que provoca que las empresas chinas decidan vender los productos a un precio relativamente más bajo a los mercados marginales.

#### 4. Relevancia:

El comercio electrónico se convierte en uno de los factores o elementos económicos más importante del país. En 2014 el crecimiento de la tasa de transacciones de comercio electrónico en China (28,64%) es casi el triple del crecimiento del PIB (7,4%). La industria relacionada directamente con el comercio electrónico ha conseguido un crecimiento de sus ingresos en un 50% en los últimos 50 años (Ministerio de Comercio de la República Popular China, 2015).



#### 5. Distribución desigual

El comercio electrónico de China se distribuye principalmente en regiones desarrolladas como el delta del río de las Perlas<sup>8</sup>, el delta del río yangtsé<sup>9</sup>, Pekín y

<sup>8</sup> El delta del río de las Perlas es una llanura deltaica en el centro de Cantón, en el sur de China. Está formado por numerosos ríos, y el río de las Perlas en sí es parte del delta.

<sup>9</sup> El delta del río yangtsé es una denominación usada generalmente para referirse al territorio de la República Popular de China situado en torno al delta geográfico del río Yangtsé en el mar de China Oriental, de forma



---

Shangai. Pekin, Shanghai, Cantón y Shenzhen se convierten en los cuatros centros del negocio electrónico, pero también las zonas rurales están siguiendo su ejemplo.

#### 6. **Innovación tecnológica**

Las tecnologías como el big data, la computación en la nube y la inteligencia artificial han creado escenarios de aplicaciones enriquecidas para el comercio electrónico. Las plataformas de comercio electrónico han utilizado la tecnología digital para actualizar las plataformas logísticas, como drones, almacenes no tripulados y vehículos no tripulados, para acelerar la eficiencia y la cobertura de la entrega expresa de logística.

#### 7. **Acelerar la transformación digital de las empresas chinas**

En la parte de industria minorista, las empresas basándose en Internet, utilizando BigData, Inteligencia Artificial y otras herramientas tecnológicas para actualizar y mejorar el proceso de fabricación, el traslado y ventas de los productos. Se realiza la integración profunda sobre el servicio online, el servicio offline y logística moderna, se promueve el desarrollo de la industria minorista hacia la inteligencia y el multi-escenario.



## **4- Explicar la importancia que tiene el e-Commerce para el sistema de comercio de china**

El papel que tiene el e-Commerce en la revolución informática, es como el ferrocarril en la revolución industrial, y el comercio electrónico es como el ferrocarril de 170 años atrás, se ha creado un recrudescimiento y se cambió riopiadamente la economía, la sociedad y la política de hoy.

### **4.1 Romper barreras de tiempo y espacio**

Con el uso de Internet, las empresas chinas no solo pueden recopilar información comercial en cualquier momento y en cualquier lugar, comprender las últimas tendencias comerciales, encontrar clientes potenciales, sino también puede demostrar productos y servicios oportunamente a clientes potenciales de todo el mundo a través de plataformas de creación propia o plataformas comerciales internacionales. Con todas maneras, el e-Commerce se rompe las barreras de comunicación, barreras geográficas, barreras de tiempo, así se amplifica la globalización del e-Commerce a nivel internacional.

### **4.2 Bajar el costo de comercialización**

En el comercio exterior, existe un proceso muy complicado y debe presentar muchos documentos, tales como los documentos de banco, seguro, aduana, transporte y etc. Con el comercio tradicional, se cuesta mucho tiempo para coordinar, preparar y comunicar con los entes públicos, y ahora con el sistema electrónico, las empresas usan Internet para realizar facturas y documentos electrónicos. Con el nuevo modo de comercio exterior, se ahorra recursos humanos y financieros, minimice la duplicación de esfuerzos, acorte los procesos comerciales, ahorre en costos comerciales y aumente la eficiencia comercial.

### **4.3 Aclarar las ventajas nacionales y promover la división internacional del trabajo**

Hoy en día, con la madurez de la globalización económica, la aplicación generalizada



---

del comercio electrónico ha permitido a los países de todo el mundo aprovechar sus propias ventajas, posicionar con precisión su papel en el comercio internacional y promover diferentes países para desarrollar activamente productos superiores de acuerdo con sus propias necesidades de desarrollo. Exportar, y esforzarse por productos más inferiores, energía, talento, tecnología y otros factores de producción diferentes se convierten en la etiqueta más importante de la división internacional del trabajo. A través del comercio electrónico, los contactos comerciales de diferentes partes no tienen restricciones de tiempo y espacio y diferencias culturales regionales, eliminando enlaces más redundantes y mejorando la eficiencia económica.



## **5- Realizar el análisis de la influencia de e-Commerce para el comercio exterior de China. El comercio electrónico ha cambiado el cuerpo principal del comercio exterior de China.**

El comercio electrónico ha reemplazado gradualmente a los intermediarios tradicionales y ha cambiado la organización tradicional de intermediarios comerciales.

En la era del comercio electrónico, a medida que la tecnología de la información ha dominado gradualmente el comercio internacional, y las organizaciones individuales tienen tecnologías excelentes en el campo profesional, ha habido una gran cantidad de productos virtuales que proporcionan productos y servicios al mercado comercial global. Como intermediario, las empresas virtuales electrónicas reemplazan el comercio tradicional de importación y exportación, cooperan con todas las empresas comerciales, utilizan la tecnología de la información moderna para satisfacer las necesidades individualizadas y diversificadas de los consumidores, se adaptan al entorno competitivo del comercio exterior en constante cambio y traen empresas de comercio exterior. Los beneficios del intercambio de recursos, las ventajas complementarias y la división del trabajo han cambiado la forma y las funciones de las organizaciones intermediarias de comercio internacional y han completado las funciones de mercado que las empresas individuales de comercio exterior no pudieron completar, lo que ha provocado cambios tremendos en la estrategia de las operaciones de comercio exterior de China.

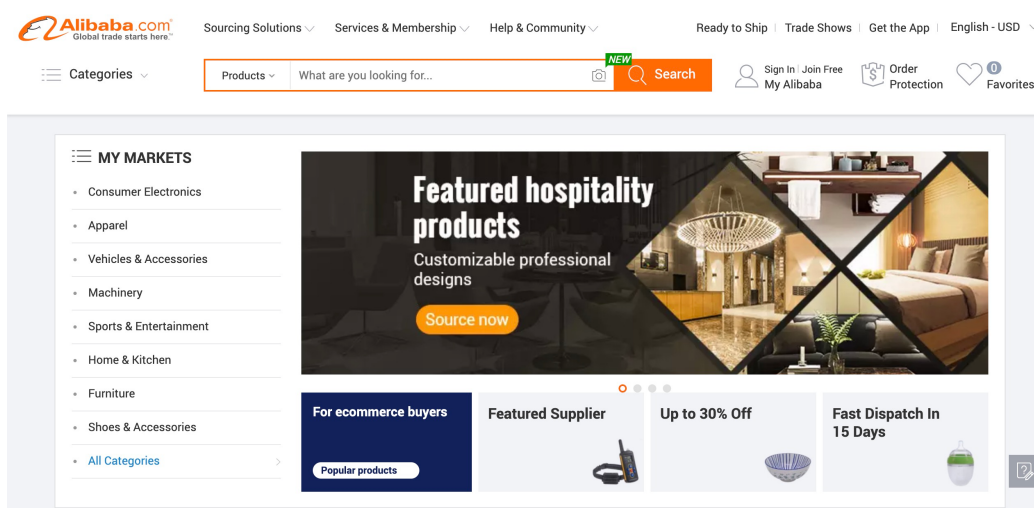
Con el aumento del comercio electrónico, las empresas intermedias de comercio exterior están disminuyendo gradualmente. En el pasado, cuando los derechos de gestión del comercio exterior eran difíciles de obtener, la mayoría de las empresas de comercio exterior de China estaban en la posición de intermediarios, buscando buenos compradores y luego encontrando buenos vendedores para ganar la diferencia.

La aparición del comercio electrónico ha permitido a la mayoría de las Pymes unirse a



las filas del comercio internacional. A través de la plataforma en línea para llevar a cabo la estrategia de marketing en línea, fortalecer los intercambios con las empresas similares del mundo, participar directamente en el comercio internacional, convertirse en la fuerza principal del comercio internacional y desarrollar las entidades comerciales de comercio exterior hacia la gran diversificación.

Por ejemplo, Alibaba (Como se muestra a continuación), que tiene una ventaja absoluta en el campo internacional B2B de China, es una plataforma de comercio electrónico entre las principales empresas del mundo, que involucra principalmente a las Pymes, para que se muestra sus productos en la plataforma y ayuda a expandir los mercados en el extranjero.



## 5.1 El e-Commerce cambia la forma de comercio de China

- ✓ Herramienta de comercio

Las transacciones comerciales internacionales tradicionales a menudo se realizan por teléfono, fax o incluso comunicación cara a cara, y con esta forma de comercio, se produce errores y con baja eficiencia. El comercio electrónico ha cambiado el modo de comercio exterior en China, que se refleja en: herramientas comerciales, la



---

madurez de la tecnología EDI<sup>10</sup>, la transmisión de todos los documentos y la información comercial requerida para el comercio internacional, utilizando documentos estandarizados internacionales, utilizando correo electrónico, herramientas de chat y video. Tales medios para comunicarse de manera oportuna, y cambiando las herramientas comerciales tradicionales, ahorrando costos y costos de transacción, ahorrando tiempo y mejorando la eficiencia de comercialización.

✓ Forma de pago

Los acuerdos internacionales tradicionales utilizan métodos de pago tales como cartas de crédito, remesas y encargos. Muchas compañías ahora usan tarjetas de crédito electrónicas, cheques y dinero electrónicos para realizar pagos en Internet. Montos más pequeños se pueden liquidar directamente en línea a través de páginas especiales financieras. Los pagos más grandes pueden elegir los bancos de EDI financieros para realizar los pagos.

✓ Forma de entrega

Existen dos tipos de métodos de entrega de comercio electrónico: uno es el método de comercio directo de productos tangibles, es decir, la negociación, el pedido, el pago, la facturación, el cobro y otras actividades realizadas por la transmisión de la red para comprar y vender productos tangibles, y luego se acuerda la ubicación de la entrega del producto real. En segundo lugar, el comercio directo de productos intangibles, a través de la red, se puede comprar de informes de asesoría comercial, software informático, programas CNC<sup>11</sup>, libros electrónicos, productos electrónicos de audio y video, etc., se

---

<sup>10</sup>El intercambio electrónico de datos en inglés electronic data interchange o EDI, es la transmisión estructurada de datos entre organizaciones por medios electrónicos. Se usa para transferir documentos electrónicos o datos de negocios de un sistema computacional a otro.

<sup>11</sup> Computer Numerical Control, es un sistema de automatización de las máquinas que operan mediante comandos programados en un medio de almacenamiento, en comparación con el mando manual mediante volantes o palancas.





---

realiza la transacción de pago a través de la computadora.

Comercio electrónico = transferencia de información en línea + transacción en línea + liquidación en línea + servicio de entrega puerta a puerta. La expresión específica es que los proveedores, fabricantes, centros logísticos y clientes comparten información sobre la demanda a través de Internet; los clientes compran sus propios productos en Internet de acuerdo con sus propias preferencias; las dos partes utilizan ciertos métodos de pago para la liquidación en línea. Este proceso también es una combinación orgánica de flujo de información, flujo de negocios, flujo de capital y logística. El flujo de información, el flujo de negocios y el flujo de capital pueden realizar la transferencia de información o la transferencia de propiedad en Internet haciendo clic con el ratón. Esto se resume vívidamente como un "mouse"; en consecuencia, la "rueda" es la logística en el comercio electrónico. El comercio electrónico ha traído nuevos cambios a la logística y la distribución. Se han presentado nuevos requisitos, que deben ser informativos, automatizados, conectados en red, inteligentes y flexibles. La informatización es el requisito básico para la nueva época de logística. La automatización se basa en la mecatrónica basada en la informatización. En términos de transmisión de información y canales de distribución logística, todos deben formar una red sin problemas. Red, construyendo una plataforma de comunicación de intercambio de información sin impedimentos. En la parte de inteligente, el nuevo modelo de logística se utiliza la tecnología y el conocimiento científico para realizar las operaciones logística y distribución. La flexibilidad consiste en establecer un concepto de servicio centrado en el usuario, intercambiar información interoperable de manera oportuna y establecer un sistema de distribución orientado a servicios flexible y diverso.



---

## 5.2 Aumenta la eficiencia y elimina el costo de comercio exterior

El ahorro económico provocado por el comercio electrónico a las empresas chinas de comercio exterior es el beneficio económico más directo. El comercio electrónico ha reducido los costos de las empresas de comercio exterior, desde los siguientes aspectos: Al utilizar medios de comunicación avanzados, pero de bajo costo, se ahorra el costo de la comunicación del alojamiento. Las dos partes no lo utilizan para ir y venir, se reduce los gastos de transporte y alojamiento, reducir el número de instituciones en el extranjero y reducir en gran medida los costos de oficina. Al utilizar el marketing en línea, puede gastar menos en los gastos. El efecto del comercio exterior es simplificar los enlaces intermedios entre las dos partes y reducir los costos de transacción.

Desde la lista de compras del comprador hasta el pago final del vendedor, el proceso tradicional de comercio internacional es muy engorroso: el tema de impuestos, los documentos de aduanas, seguros, el sistema bancario, compañías de envío, agencias de inspección de productos, departamentos comerciales y otros departamentos realizan el proceso de transacción del cambio de comercio internacional. Los procedimientos son complicados, la tasa de error es alta y la eficiencia es baja. El comercio electrónico cambia a esta situación complicada y siempre cambiante, utilizando la tecnología EDI, para que todos los enlaces mencionados se puedan transmitir a través de información y datos, para que las transacciones no estén limitadas por el tiempo, se realicen transacciones multilaterales, remotas y automatizadas, y se simplifique el proceso. Reduzca el error percibido y los costos de mano de obra, y comprenda la información y la escala del proceso de transacción sin papel, electrónica, haciendo que el proceso de transacción del comercio internacional sea simple y fácil de operar y mejore la eficiencia.

## 5.3 Se cambia el modelo de negocio y método de comercialización.

El comercio electrónico lleva a cabo un conjunto completo de procesos de negocios a través de EDI e Internet, transformando el modelo de negocio tradicional orientado a la

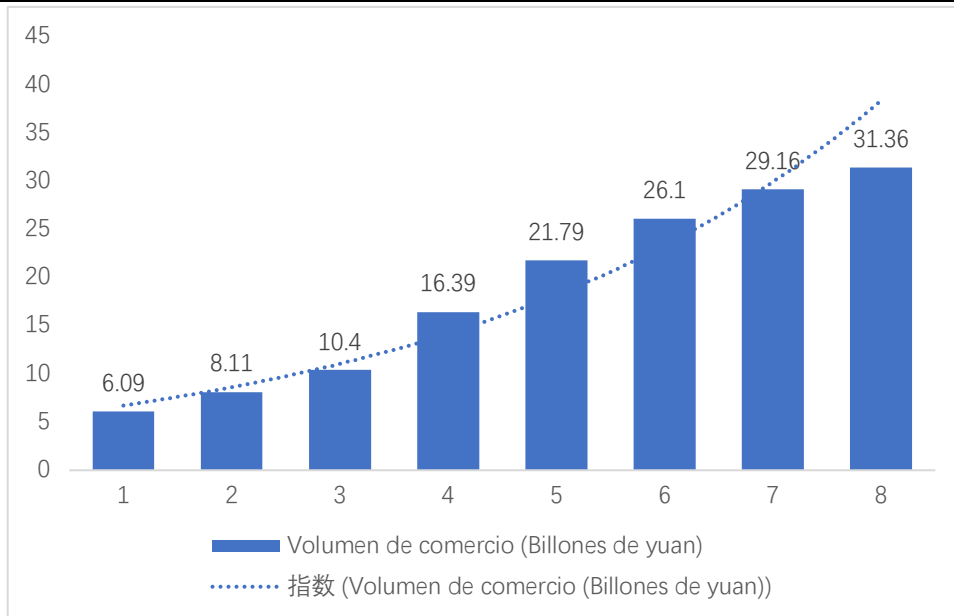


logística en China y en el mundo, y realizando un nuevo modelo de negocios y de gestión que integra el flujo de negocios, el flujo de capital y la logística. Ha logrado un contacto directo entre productores y consumidores, eliminando el tiempo y el espacio para las actividades comerciales tradicionales y promoviendo el cambio corporativo y los modelos de comercio exterior.

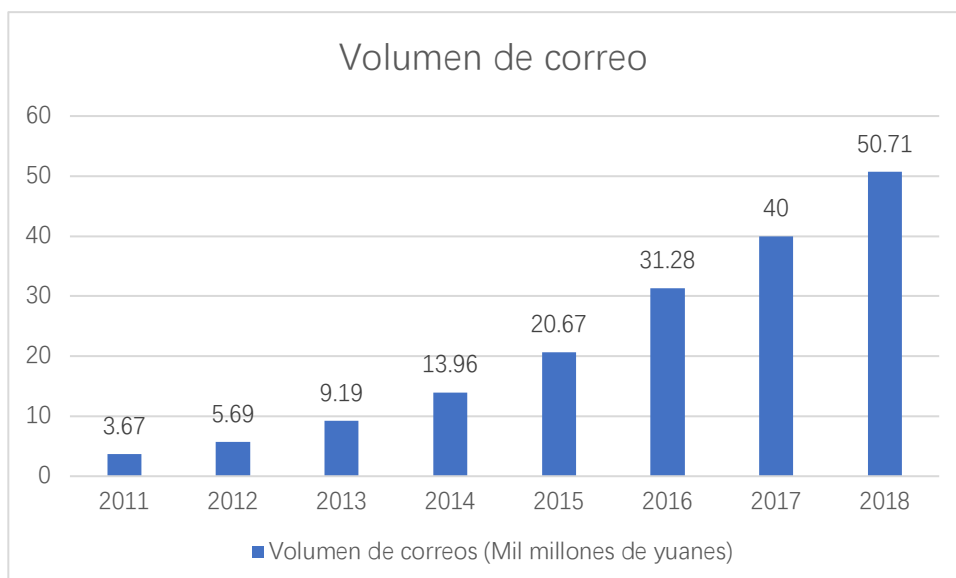
Los métodos tradicionales de mercadeo internacional son conocidos por las estrategias de precios, promociones y distribución de productos, a través de ferias comerciales, reconocimiento de clientes, publicidad, enviar las muestras y catálogos. En la era del comercio electrónico, las empresas chinas de comercio exterior utilizan sitios web y páginas web para interactuar de manera extensiva y estadísticamente con ventajas simples. Al establecer sus propios sitios web, crear hermosas páginas web para promocionar sus productos, usar tecnología multimedia para comunicarse de manera oportuna, responder a las preguntas de los clientes y otros medios para lograr fines promocionales, cambiado los métodos de marketing de alto costo y baja eficiencia.

### **5.3 Aumenta el volumen de exportación e importación de China**

Según las estadísticas de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, el volumen de transacciones nacionales de comercio electrónico alcanzó los 31,6 billones de yuanes en 2018, un aumento del 8,5% interanual (China, 2018).



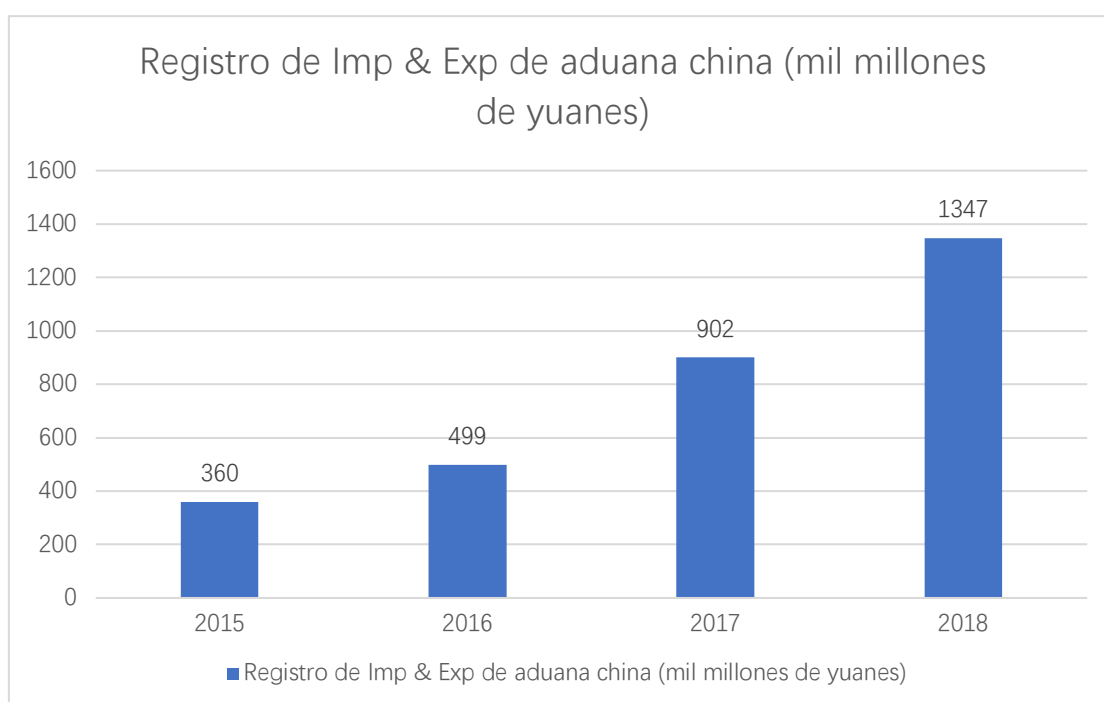
En 2018, el volumen de negocios del servicio nacional de correo fue de 50,71 mil millones de unidades, un incremento anual del 26,6%. (China, 2018)



En 2018, el volumen de transacciones de importación y exportación minoristas



transfronterizas de China ha alcanzado un nuevo nivel. De acuerdo con la Administración General de Aduanas de China, la cantidad total de bienes de importación y exportación pasados por las Aduanas Nacionales a través del sistema en 2018 fue de 134.7 mil millones de yuanes, un incremento anual del 50%. En comparación con 2017, la velocidad de exportación ha aumentado significativamente, y la tasa de crecimiento ha aumentado en un 25% (China, 2018).





---

## **6- Durante el COVID 19, el comercio electrónico china ayuda la recuperación de Export & Import de china.**

Debido a la epidemia de COVID-19 en todo el mundo, el comercio exterior tradicional de China se ha visto seriamente afectado. Pero al mismo tiempo, el comercio electrónico transfronterizo ha lanzado un enorme potencial de desarrollo, mostrando su papel de liderazgo en el desarrollo de la innovación del comercio exterior. A partir de enero y febrero, el volumen de importación y exportación minorista de comercio electrónico transfronterizo de China fue de 17.400 millones de yuanes, un aumento interanual del 36,7%. El comercio exterior tradicional se ha visto gravemente afectado por la epidemia, y es necesario aprovechar las ventajas del comercio electrónico, realizar marketing en línea, realizar transacciones en línea, garantizar los pedidos, garantizar los mercados y compartir acciones, y ayudar al comercio exterior a superar las dificultades con nuevos formatos y modelos. El Asistente Ren Hongbin (comercio, 2020) dijo. Muchos expertos dijeron en una entrevista con el Economic Daily que el rápido desarrollo del comercio electrónico transfronterizo ha demostrado plenamente su papel de liderazgo en el desarrollo de la innovación del comercio exterior.

- La ventaja en línea es sobresaliente

El comercio electrónico transfronterizo es el método comercial de más rápido crecimiento en la era de Internet. Puede romper las restricciones de tiempo y espacio, reducir los enlaces intermedios, resolver el problema de la asimetría de información entre la oferta y la demanda, y proporcionar nuevas oportunidades de desarrollo para más países, empresas y grupos. Esto también refleja la tolerancia del comercio exterior. A medida que la epidemia se extiende a nivel mundial, los canales tradicionales fuera de línea (off line) se bloquean, pero la demanda de compras en línea continúa aumentando y se pueden ejercer las ventajas del comercio electrónico. "Durante la epidemia, el comercio electrónico se ha convertido en un canal importante para el desarrollo del comercio exterior de China, lo que demuestra plenamente el papel principal del comercio electrónico transfronterizo como un nuevo



---

formato para el desarrollo de la innovación del comercio exterior", dijo Zhang Li, director del Instituto de Comercio Electrónico del Instituto de Investigación del Ministerio de Comercio.

Para los productos que los consumidores nacionales y extranjeros necesitan con urgencia, como los materiales anti epidémicos, las plataformas de comercio electrónico transfronterizo proporcionan una forma rápida y conveniente de comprar, permitiendo una eficiente y rápida igualación global de la oferta y la demanda. Al comienzo de la epidemia, ante la grave escasez de materiales de prevención de epidemias nacionales, tanto las empresas de comercio electrónico transfronterizo nacionales como las empresas de comercio electrónico transfronterizo financiadas con fondos extranjeros respondieron activamente a la plataforma de servicio público de comercio electrónico transfronterizo, ayudando efectivamente a los actores del mercado de comercio electrónico transfronterizo.

- Amplia área de piloto de comercio electrónico

La zona piloto de comercio electrónico transfronterizo de China es un área de prueba de comercio electrónico transfronterizo establecida por el Consejo de Estado de la República Popular de China y se refiere a la delimitación de ciertas áreas urbanas y al uso de áreas específicas para actividades de comercio electrónico en todo el continente de China.

Modelo de gestión y preferencias especiales de política para lograr un comercio electrónico transfronterizo más conveniente. Las áreas piloto de políticas implementadas en la zona piloto integral de comercio electrónico transfronterizo son muy extensas, incluida la reforma de la facilitación de asuntos gubernamentales, la optimización del sistema logístico, la optimización del sistema de servicios financieros y otros aspectos que cubren aduanas.

El desarrollo de la situación epidémica no ha afectado el área de prueba integral de comercio electrónico transfronterizo de China para expandirse nuevamente. El 7 de abril, el Consejo de Estado decidió establecer 46 nuevas áreas de piloto de comercio electrónico transfronterizo. Además de las 59 aprobadas, habrá 105 áreas de piloto de comercio electrónico transfronterizo en todo el país, cubriendo 30 provincias, regiones autónomas y



---

municipios. El patrón de desarrollo de la vinculación entre tierra y mar y la cooperación doméstica y este-oeste.

El propósito de establecer una zona piloto de comercio electrónico transfronterizo integral es alentar más lugares para promover la innovación y el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo. El establecimiento de una zona piloto de comercio electrónico transfronterizo integral es para apoyar a las empresas en la zona piloto de comercio electrónico transfronterizo para reunir elementos de circulación nacionales y extranjeros mediante el fortalecimiento de la construcción del sistema, la construcción de la plataforma y la construcción característica de cada zona piloto integral, y guiar a las empresas a reconfigurar, integrar y actualizar. El comercio electrónico continúa innovando hacia un desarrollo de alta calidad, inyectando así un nuevo impulso al desarrollo sostenible y saludable de la economía global.

- Romper los cuellos de botella del desarrollo

En los últimos años, la escala del comercio electrónico transfronterizo de China se ha expandido rápidamente, convirtiéndose en un punto destacado del crecimiento del comercio. El desarrollo del comercio electrónico transfronterizo ha promovido que las empresas tradicionales de comercio exterior "toquen en línea", se convierten sus negocios off line a la línea, y también impulsó a las plataformas nacionales de comercio electrónico a comenzar a expandir los mercados extranjeros a través de inversiones, fusiones y adquisiciones, y etc.

Después de años de desarrollo, el entorno empresarial de comercio electrónico transfronterizo de China se ha mejorado continuamente y se ha formado un patrón de desarrollo conveniente, liberalizado y estandarizado. En particular, la mejora continua del sistema de servicios de comercio electrónico transfronterizo ha impulsado la base digital de China para la logística y el pago. Las instalaciones se han globalizado, impulsando la exportación de normas y estándares chinos y el desarrollo internacional de los servicios chinos.





---

Sin embargo, también debe tenerse en cuenta que todavía hay algunos problemas en el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo de China, por ejemplo, los canales de logística de comercio electrónico transfronterizo no son lo suficientemente convenientes, los países tienen incertidumbres con respecto a las políticas reguladoras de comercio electrónico transfronterizo, falta de resistencia al riesgo de las PYME y el nivel de implementación de políticas de apoyo de comercio electrónico transfronterizo en varias regiones aún debe fortalecerse.

En el próximo paso, China alentará a las empresas a mejorar los servicios de apoyo para almacenes en el extranjero y promover la construcción de almacenes en el extranjero. Al mismo tiempo, apoya la "salida" de las plataformas chinas de comercio electrónico transfronterizo, apoya a todo tipo de empresas de comercio exterior y empresas de producción a cooperar con las plataformas internacionales de comercio electrónico para lograr un desarrollo común. Además, se mejore la cadena y el ecosistema de la industria de comercio electrónico transfronterizo, apoye diversas áreas de prueba integrales de comercio electrónico transfronterizo para reunir fabricación y producción, plataformas de comercio electrónico, logística de almacenamiento, control de riesgos financieros, y desarrolle logística, pago, entrega urgente y otras industrias de servicios.



---

## Conclusión

En el contexto de la globalización económica, el comercio electrónico tiene un papel crucial en el desarrollo del comercio exterior de un país. El comercio electrónico es una forma y un medio importantes para promover la transformación del modo de desarrollo del comercio, ya que ofrece ventas innovadoras y canales de venta, creando nuevos puntos de crecimiento económico y comercial. Este documento estudia principalmente el desarrollo, las características, la situación actual y el impacto del comercio electrónico para el comercio exterior de China, centrándose en las características del comercio electrónico de China y la relación de desarrollo interactivo con los puntos de crecimiento del comercio. Las principales conclusiones de la investigación son las siguientes:

- El desarrollo de comercio electrónico en China es la tendencia general. En los últimos años, el comercio exterior tradicional de China se ha desacelerado y el comercio electrónico ha mantenido una tendencia de rápido crecimiento. Su potencial de desarrollo es enorme y se convertirá en un importante punto de crecimiento para el comercio exterior de China. Con la amplia aplicación de la tecnología de la información electrónica en el comercio internacional, el comercio electrónico transfronterizo ha hecho grandes progresos y ocupa una posición importante en el comercio internacional.
- Utilizo la teoría de teoría del costo de transacción y economías de aglomeración para realizar el análisis del beneficio del Comercio electrónico de China. El comercio electrónico ha reducido los costos de las empresas de comercio exterior, y aumenta la eficiencia de comunicaciones. Además, el comercio electrónico se simplifica los enlaces de intermedios y reducir los costos de transacción.
- Los principales impactos del comercio electrónico en el comercio internacional son la unificación de los mercados internacionales, la profundización de la división internacional del trabajo y el cambio de las entidades comerciales



---

tradicionales y los modelos comerciales. La micro influencia incluye principalmente que el comercio electrónico ha creado más oportunidades comerciales para las empresas de comercio exterior, ha cambiado el proceso de negociación comercial y el modo de operación de las empresas de comercio exterior, etc.

El comercio electrónico y otras nuevas formas comerciales y nuevos modelos son una fuerza vital en el desarrollo del comercio exterior de China y una tendencia importante en el desarrollo del comercio internacional. El Comité Central del Partido y el Consejo de Estado otorgan gran importancia al desarrollo de e-Commerce.



---

## BIBLIOGRAFIA

- 1- El libro “China un socio imperial para Argentina t América Latina” Del Autor Julio Sevares
- 2- El libro “Made in CHI-LAT claves para renovar la convergencia entre Latinoamérica y China”
- 3- Estadística, Oficina Nacional ([http://www.stdaily.com/index/kejixinwen/2018-09/14/content\\_708634.shtml](http://www.stdaily.com/index/kejixinwen/2018-09/14/content_708634.shtml))
- 4- (Estadística, Informe de 30 años de apertura y reforma económica, 2008)
- 5- Ministerio de Comercio de la República Popular China, 2015
- 6- El pequeño larousse ilustrado
- 7- Wikipedia
- 8- Wang Wenjin. Investigación sobre la gestión de pagos electrónicos transfronterizos de divisas por parte de instituciones de pago de terceros [J]. Western Finance, 2013, 12 (03): 79-83.
- 9- Huang Yongjiang. Investigación sobre la construcción del sistema de gestión comercial de comercio electrónico y pago de divisas extranjeras de mi país [J]. Contabilidad financiera, 2013, 20 (07): 22-29.
- 10- Chen Jianling. Sobre la resolución de disputas de comercio electrónico transfronterizo de consumidores[J]. Journal of Capital Normal University: Social Science Edition, 2014, 12(02): 154-156.
- 11- Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional: Grupo de trabajo III (Resolución de disputas en línea) 23.ª sesión "Informe de trabajo"
- 12- Chuan Zhangxu. La influencia del comercio electrónico en el comercio internacional [J]. Finanzas y economía, 2007.07
- 13- Liao Xiaoqi. Informe de comercio electrónico de China [M]. Beijing: Economic Science Press



---

## AGRADECIMIENTO

Quiero dar el agradecimiento a mi tutor, señor Julio Sevares. Desde la selección del tema de la tesis hasta la investigación y argumentación del tema, hasta la preparación y modificación de la tesis, profesor Julio guiado y analizado cuidadosamente cada paso. Bajo la dirección del Sr. Julio, he mejorado en todos los aspectos. El maestro me infectó profundamente con una actitud académica rigurosa y pragmática, meticulosa y una actitud de trabajo diligente, y me dio una gran iluminación, estímulo y estímulo, y se convirtió en mi vida. Un ejemplo que vale la pena aprender en el camino. Mi nivel de conocimiento ha mejorado. Al mismo tiempo, me gustaría agradecer a todos los maestros profesionales que me han educado durante los 2 años en la Facultad Ciencia económica de UBA. El conocimiento profesional que usted enseña es la fuente de mi crecimiento continuo y la base para completar esta tesis. También agradezco a mis compañeros de equipo en el mismo grupo y a los compañeros de clase que lo ayudaron a encontrar mucha información y resolver el problema cuando se encontró con un problema. Gracias nuevamente a todos los maestros y compañeros de clase que me han ayudado. A través de esta tesis, la escritura no solo mejoró mi capacidad de pensar de forma independiente y resolver problemas, sino que también cultivó una actitud de aprendizaje seria y meticulosa. Debido a la falta de experiencia y habilidades limitadas, inevitablemente hay muchas consideraciones inadecuadas en el diseño, espero que todos los maestros den más consejos.

Amo la vida de Argentina, yo soy un estudiante extranjero, me gusta mucha la experiencia de vida cotidiana, de estudio y de trabajo en Argentina. Por el tema de pandemia, tengo que volver a China para vivir y trabajar. Me gustaría volver a Argentina, y quiero tener mi propio negocio de e-Commerce entre China y Argentina.