

El Comercio Electrónico

Paula Luna Huertas

Universidad de Sevilla, Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones,
Sevilha, Espanha

luna@cica.es

José Carlos Ruiz del Castillo

Universidad de Sevilla, Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones,
Sevilha, Espanha

ruiz@cica.es

Rui Filipe Cerqueira Quaresma

Universidade de Évora, Departamento de Gestão de Empresas, Évora, Portugal

quaresma@uevora.pt

Este artigo analisa diversos aspectos relacionados com o Comércio Electrónico (CE), as empresas e os impactes que o CE tem naquelas.

Começando com uma análise do conceito de CE, acompanhada de uma comparação com o Comércio Tradicional, são apresentadas a seguir as várias “formas” de CE, bem como as várias modalidades de CE que as empresas podem adoptar. São também analisados neste artigo os requisitos técnicos a observar para que as empresas possam adoptar soluções de CE capazes de “cumprir” todas as etapas de uma relação comercial tradicional.

O artigo termina com uma análise de alguns impactes que o CE tem/vai ter ao nível das empresas e da forma de fazer comércio.

Palavras chave: comércio electrónico, comércio tradicional, impactes do comércio electrónico.