



José Antonio López Ruiz
LXI legislatura
Diputado Local Distrito 20

**“Marzo, mes de las
Mujeres”**

INTEGRANTES DE LA COMISIÓN PERMANENTE DEL HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE PUEBLA P R E S E N T E

El **Diputado Antonio López Ruíz**, integrante del Grupo Legislativo del Partido del Trabajo de la LXI Legislatura del Honorable Congreso del Estado de Puebla, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 2 fracción XIX, 44 fracción II, 84, 134 y 135 de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado Libre y Soberano de Puebla; 120 fracción VI y 146 del Reglamento Interior del Honorable Congreso del Estado Libre y Soberano de Puebla, someto a consideración de este Honorable Cuerpo Colegiado el presente Punto de Acuerdo, conforme a los siguientes:

CONSIDERANDOS

El comercio es considerado como una actividad que la humanidad lleva a cabo, desde hace muchos años, ya que, a partir de un inicio, se comprendió que no todo lo que una comunidad necesitaba podía ser producido por la misma, por lo cual se veían en la necesidad de intercambiar productos propios por aquellos que interesaban, a lo que, en un primer momento, se le conoció como “trueque”.

Ahora se puede decir que la importancia del comercio, para el ser humano, es muy profunda, ya que no tiene que ver solamente con lo económico sino también con lo social y lo cultural, pues de éste dependen muchas de nuestras actividades cotidianas, incluso, de nuestra forma de vivir¹.

En este orden de ideas, es que, a partir del comercio, una sociedad puede entrar en contacto con otra, en el momento en que se reconoce como no autosuficiente y comienza a buscar espacios o comunidades que puedan proveerle aquello que le falte, llevando consigo conocimiento de otras comunidades, lo que enriquece de mejor manera a una sociedad.

¹ <https://www.importancia.org/comercio.php> (21 de marzo de 2022).

De acuerdo con el Banco Mundial, el comercio es un motor de crecimiento que genera mejores empleos, reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas, por lo cual las investigaciones recientes muestran que la liberalización del comercio promueve el crecimiento económico en un promedio de 1 a 1.5 puntos porcentuales, lo que da lugar a un aumento de entre el 10% y el 20% de los ingresos después de una década².

El comercio ha impulsado los ingresos en un 24% a nivel mundial, desde 1990, y en un 50 %, en el caso del 40% más pobre de la población; en consecuencia, desde 1990, más de 1000 millones de personas han salido de la pobreza gracias al crecimiento económico generado por mejores prácticas comerciales.

De igual forma, el Banco Mundial también reconoce que, con frecuencia, los países en desarrollo se enfrentan con factores indirectos que obstaculizan su acceso a los mercados mundiales, tales como prácticas comerciales anticompetitivas, entornos regulatorios poco favorables para el crecimiento de las empresas y la inversión, o infraestructura limitada.

Por tanto, es que países con políticas comerciales liberales y transparentes se ven afectados si sus mercados no están conectados, y una gran cantidad de las personas extremadamente pobres del mundo viven en territorios sin litoral, en zonas remotas o desatendidas por las redes comerciales internacionales.

El mundo necesita fortalecer el sistema de comercio mundial para promover una mayor inclusividad y ayudar a los países en desarrollo a eliminar las barreras comerciales que limitan el crecimiento, razón por la cual una de las formas de garantizar un comercio justo, es a través de normas comerciales, que promuevan niveles de crecimiento económico, así como aprovechar las nuevas tecnologías para potencializar los productos y servicios que las y los comerciantes ofrecen.

² <https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview#1> (21 de marzo de 2022).

Con el paso de tiempo, el comercio también ha ido evolucionado, logrando con ello que contemos con múltiples tipos de comercio, con enfoques y objetivos que difieren entre sí, pero que tienen en común la acción de comercializar, siendo estos tipos de comercio los siguientes³:

1. Venta al por mayor: El comercio mayorista, también llamado sector mayorista, es aquel en el que las empresas realizan ventas de productos en grandes cantidades. Es el tipo de comercio en el que una empresa vende a otras empresas, que re-venderán los productos.
2. Retailers (Minoristas): El retail, también conocido como comercio minorista, es una modalidad de marketing que se basa en las ventas a pequeña escala. Es el modelo dirigido al público consumidor común, ya que el negocio vende menos productos a la vez, a diferencia del mayorista que conocemos antes.
3. Comercio especializado: El comercio especializado es aquel que se enfoca en vender un solo tipo de producto o en un solo segmento. Algunos ejemplos son las tiendas enfocadas en vender solo alimentos naturales, calzado, artículos deportivos, entre otros.
4. Comercio independiente: Son aquellos en donde una persona establece su propia estructura comercial, este tipo de negocio está conformado por pequeñas empresas, las cuales cuentan con un número reducido de empleados o uno exclusivo, la gran mayoría incluso tiene sus propios familiares.
5. Comercio exterior: El comercio exterior es un intercambio mutuo de servicios y bienes entre regiones y fronteras internacionales, hay variedades como la importación y la exportación, conceptos importantes para la economía nacional; se puede decir que el comercio exterior es la forma más antigua e importante de división internacional del trabajo.

³ <https://blog-es.checklistfacil.com/tipos-de-comercio/> (21 de marzo de 2022).

6. E-commerce: El comercio electrónico es una variante del comercio en la que los productos se venden, a través de Internet. En este caso, se describe como cualquier negocio o transacción comercial que incluya la transferencia de información financiera en línea. A diferencia del comercio tradicional entre dos partes, permite a los consumidores individuales intercambiar valor por bienes y servicios con pocas o ninguna barrera.

De acuerdo con la Secretaría de Economía del Gobierno de la República, el comercio electrónico es un modelo de negocio basado en la compra, venta y comercialización de productos y servicios, a través de medios digitales, como lo son páginas web, redes sociales, entre otros⁴.

Es mediante estas herramientas, donde las y los clientes pueden tener mayor acceso a los productos y/o servicios que se ofrecen, sin importar el lugar y el momento en el que se encuentren, tan es así que se pueden contemplar las siguientes ventajas:

- ❖ Dar a conocer la marca y tener mayores oportunidades de ventas.
- ❖ Diversificar la oferta de productos y/o servicios.
- ❖ Contar con un horario comercial las 24 horas del día, los 7 días de la semana sin limitaciones geográficas.
- ❖ Personalizar la comunicación con los clientes y diseñar estrategias de ventas específicas, para atender sus necesidades.
- ❖ Facilitar la atención a diversos tipos de clientes al mismo tiempo.
- ❖ Ofrecer diferentes formas de pago.

⁴ <https://mipymes.economia.gob.mx/vender/comercio-electronico/> (21 de marzo de 2022).

- ❖ Implementar y desarrollar estrategias de marketing enfocadas al tipo de clientes, a través de descuentos, cupones, promociones especiales.

Dicho lo anterior, dentro del comercio electrónico es importante considerar la atención al cliente dentro de los objetivos principales de la empresa, por lo cual, no solo se debe de tomar en cuenta la visualización de las páginas web y mostrar los productos o servicios que se ofrecen, sino que, se debe garantizar que el cliente se sienta seguro, cómodo y confíe en el proceso de compra.

Por lo anterior, es que la misma Secretaría de Economía de la Federación, considera como 7 pilares fundamentales que se deben de tomar en cuenta en los comercios electrónicos, los siguientes⁵:

- ✓ Ofrecer una tienda virtual fácil de usar: Hacer que el sitio web sea accesible e intuitivo para realizar la compra, debe ser una de las principales tareas al momento de crear páginas web. Es importante contar con una descripción clara y completa de los productos o servicios e incluir videos o imágenes puede incrementar las ventas.
- ✓ Incluir secciones de información y preguntas frecuentes: Es posible que las y los clientes tengan preguntas sobre los productos o servicios, por lo cual es recomendable contar con una sección de preguntas frecuentes, así como adicionar manuales, videos explicativos, documentos, cursos y seminarios.
- ✓ Conocer el perfil de las y los clientes: Es más fácil ofrecer productos o servicios cuando se conoce de antemano las preferencias de las y los clientes.
- ✓ Proporcionar respuestas rápidas en el mismo canal de conducta: Cuando las y los clientes reciben respuestas rápidas a las preguntas que

⁵ <https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/09/infografia-Comercio-Digital.jpg> (21 de marzo de 2022).

realizan sobre alguna duda del producto o servicio, éstas y éstos lo valoran positivamente.

- ✓ Definir canales de comunicación adecuados para tu negocio: Se recomienda tener una plataforma multicanal que mejore los medios de atención a las y los clientes y soporte, una alternativa muy útil al teléfono y el correo electrónico pueden ser las redes sociales.
- ✓ Diseñar protocolos de respuesta: Todos los negocios en línea deben de contar con un plan de respuesta ante alguna duda o crisis de reputación, por lo que se debe de tener claro este plan antes de hacer una tienda en línea o, en caso de tenerla, verificar que se tengan herramientas ante cualquiera de estos casos.
- ✓ Crear un plan de mejora continua: Si se cuentan con indicadores respecto a la calidad del servicio del negocio, se pueden tomar en cuenta para saber en que mejorar, así como analizar y medir los resultados de las estrategias y servicios.

Con fundamento en las consideraciones vertidas, es necesario exhortar respetuosamente a la Secretaría de Economía del Gobierno del Estado para que capacite y promueva programas y acciones de acompañamiento para las y los empresarios y emprendedores, con la finalidad de que conozcan las facilidades, beneficios y ventajas de la implementación del comercio electrónico y de la utilización de plataformas digitales en la venta y comercio de sus productos y servicios.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, me permito someter a consideración de esta Soberanía el siguiente:

A CUERDO

ÚNICO.- Se exhorta respetuosamente a la Secretaría de Economía del Gobierno del Estado para que capacite y promueva programas y acciones de acompañamiento para las y los empresarios y emprendedores, con la finalidad de que conozcan las facilidades, beneficios y ventajas de la implementación del



José Antonio López Ruiz
LXI legislatura
Diputado Local Distrito 20

**“Marzo, mes de las
Mujeres”**

comercio electrónico y de la utilización de plataformas digitales en la venta y comercio de sus productos y servicios.

Notifíquese.

**ATENTAMENTE
CUATRO VECES HEROICA PUEBLA DE ZARAGOZA,
A 21 DE MARZO DE 2022**

**DIPUTADO ANTONIO LÓPEZ RÚIZ
INTEGRANTE DEL GRUPO LEGISLATIVO DEL
PARTIDO DEL TRABAJO**