

Ecommerce



Integrantes:

Vázquez Blancas Cesar Said

Oscar Dámian

Sánchez González Axel



Introducción

Las ventas por catálogo, que mostraban fotos de productos y servicios, fueron el precursor de la compra a distancia, permitiendo a los compradores elegir productos desde la comodidad de sus hogares sin la presión de un vendedor.

La venta por catálogo se expandió con las tarjetas de crédito, creando una relación más anónima entre el cliente y el vendedor. Aunque aún existen catálogos físicos, el auge de Internet llevó las ventas a un nuevo nivel.

El Internet y las transferencias de dinero en línea, junto con dispositivos como computadoras, tabletas y smartphones, revolucionaron las ventas. Las redes sociales facilitaron la información y empresas emergentes hicieron posible el comercio en línea.

Hoy en día, casi todo se puede hacer a través de un teléfono móvil: acceder a redes sociales, banca en línea, compras, etc. Así surgió el eCommerce.



DEFINICIÓN



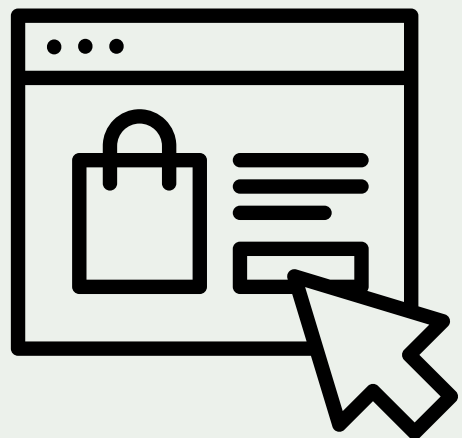
Se conoce por Comercio a toda actividad cuyo fin es la de comprar y vender productos, por este motivo el comercio electrónico o eCommerce o comercio en línea, consiste en comprar y vender a través de Internet.

El término eCommerce procede del inglés de Electronic Commerce y hace referencia al método de compra-venta de productos o servicios mediante medios electrónicos y a través de dispositivos que se conectan a la red. Podemos realizar la compra a través de un ordenador, tablet o móvil.

Esta modalidad de comercio se está popularizando muchísimo gracias al avance de la tecnología. El comercio en Internet incrementa cada año produciéndose cada vez más compras a través de tiendas online. Los consumidores cada vez más ocupan su tiempo navegando en Internet y han establecido hábitos de compra que antes no tenían. Además, la comodidad es un aspecto que el consumidor le da importancia.

Comprar online ya es una costumbre para la sociedad, los empresarios son conocedores de ello y apuestan cada vez más por crear un negocio online que les aporte beneficios.





Historia del ecommerce

Década de 1960: Los Inicios

Década de 1980: Pioneros en la
Venta Online

Década de 2000:
Consolidación y Crecimiento
Sostenido



Década de 1970: Innovaciones en la
Transferencia de Fondos

Década de 1990: El Boom del
ecommerce y Dot-com

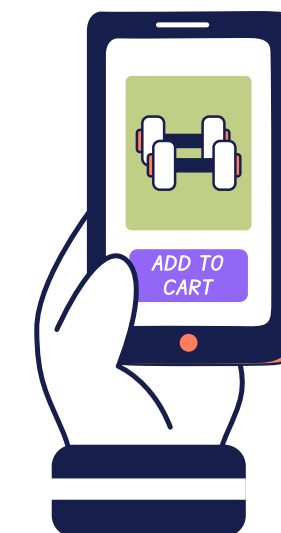
Década de 2010: Móviles y
Experiencia del Usuario



CARACTERÍSTICAS



- a) Ubicuidad: La tecnología de Internet está disponible en todas partes, permitiendo el acceso desde el trabajo, el hogar y otros lugares a través de dispositivos móviles. Esto crea un "Marketspace" donde las compras pueden realizarse en cualquier momento y lugar, mejorando la conveniencia y reduciendo los costos.
- b) Alcance global: La tecnología trasciende los límites nacionales, facilitando el comercio sin problemas a través de fronteras culturales y nacionales. El "Marketspace" incluye a millones de clientes y negocios en todo el mundo.
- c) Enfoque omnicanal: Capacidad de transmitir mensajes en formato de video, audio y texto. La personalización de mensajes de marketing y la adaptación de productos y servicios se basan en las características individuales.





- d) Interactividad: La tecnología fomenta la interacción con el usuario, estableciendo un diálogo que ajusta dinámicamente la experiencia. Los consumidores participan activamente en el proceso de entrega de bienes en el mercado.
- e) Densidad de la información: La tecnología reduce los costos asociados con la información y mejora su calidad. La comunicación, procesamiento y almacenamiento de información son más económicos, mientras que la abundancia, precisión y actualización de la información aumentan significativamente.
- f) Tecnología social: La generación de contenido por parte del usuario y las redes sociales son aspectos clave. Los modelos de negocio y sociales en internet permiten que los usuarios creen y distribuyan su propio contenido, respaldando la creación de redes sociales.



Tipos de E-commerce

B2C



amazon

NETFLIX

B2B



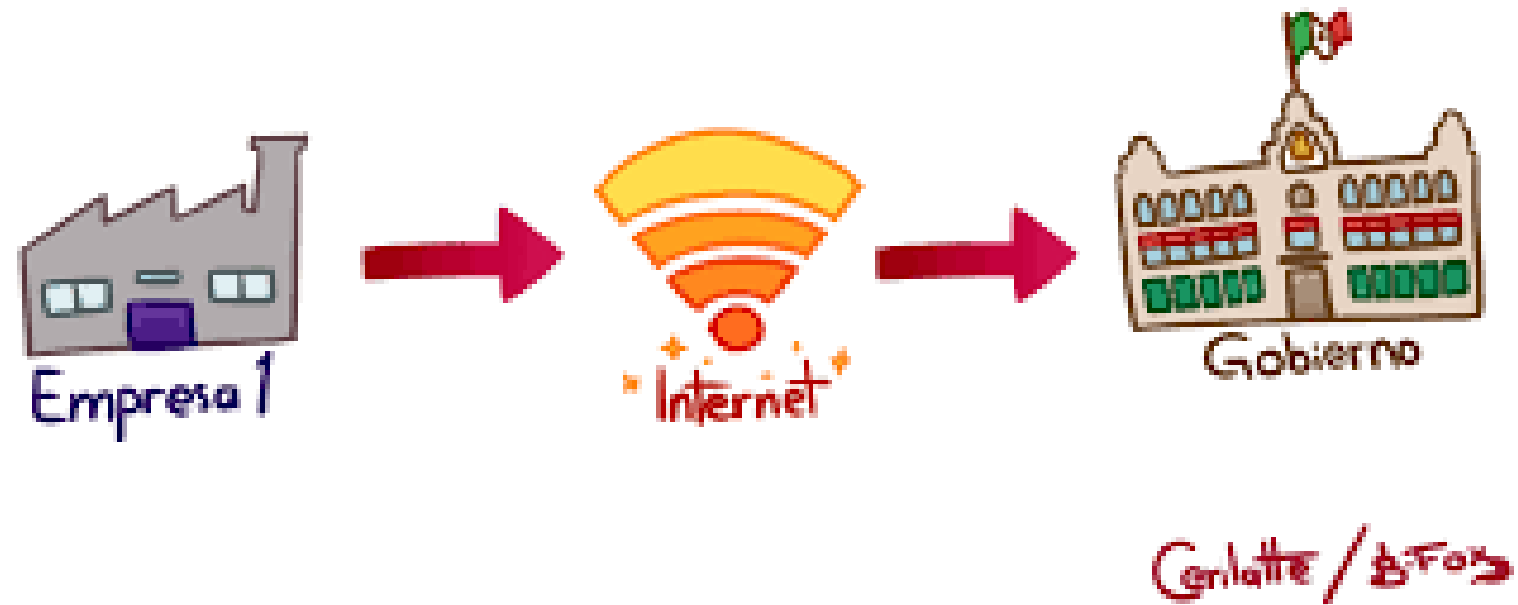
C2B



C2C



B2G



C2G

#C2G (Consumer-
to-Government)



G2C



SEGURIDAD

SECRETARÍA DE SEGURIDAD Y
PROTECCIÓN CIUDADANA

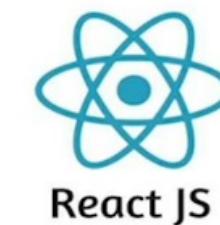
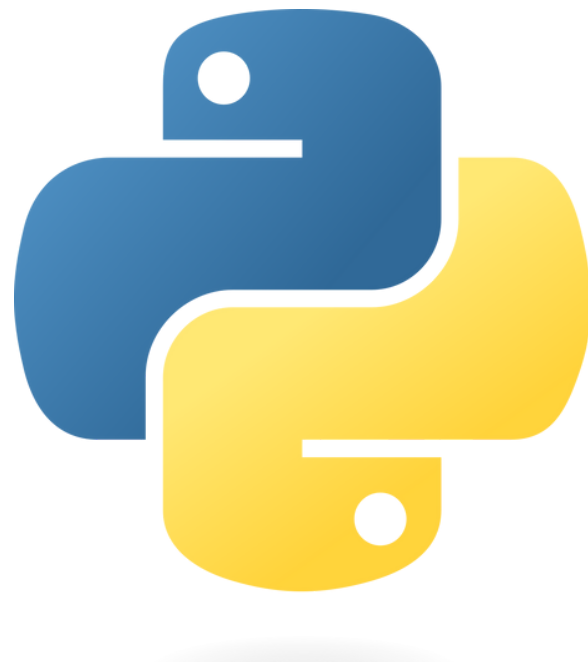


EL PAPEL DEL INGENIERO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES EN EL ECOMMERCE

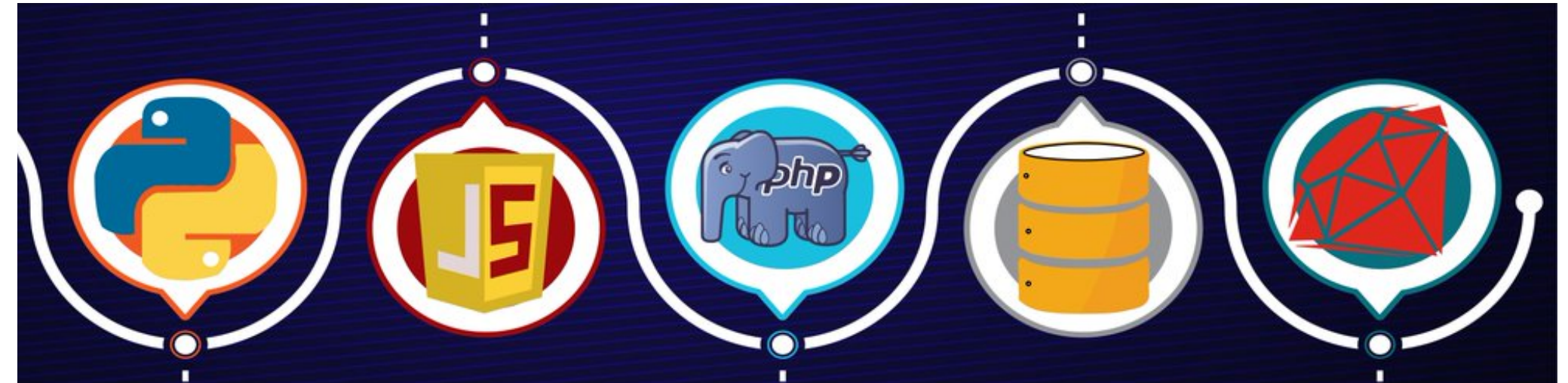
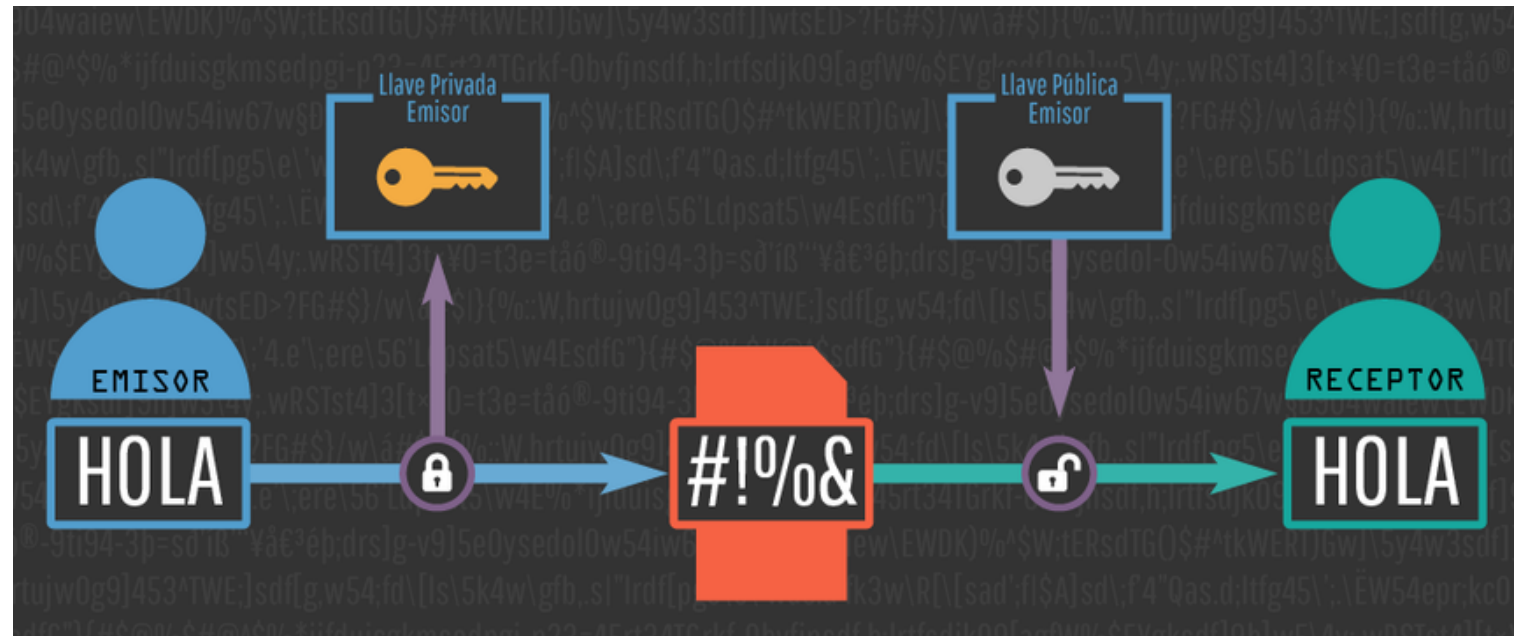


- El papel del ingeniero en sistemas computacionales en el comercio electrónico (e-commerce) es fundamental para el desarrollo, implementación y mantenimiento de sistemas tecnológicos que permitan el funcionamiento eficiente y seguro de las plataformas de comercio en línea.

Desarrollo y Mantenimiento del Sitio Web



Seguridad de la Información



Integración de Sistemas

¿Cómo funciona una API?





Desarrollo de Aplicaciones Móviles

Escalabilidad

Actualización Tecnológica

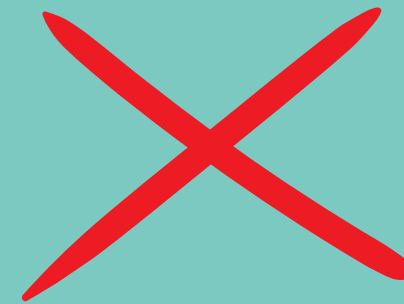
Resolución de Problemas

Colaboración Interdepartamental

Creatividad



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL ECOMMERCE



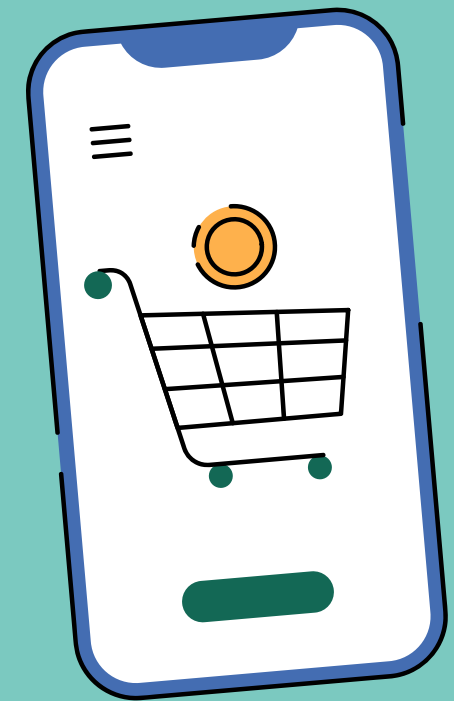
CONSUMIDORES

Ventajas

- Comodidad
- Disponibilidad de 24 horas
- Variedad de productos
- Compras comparativas
- Facilidad de búsqueda
- Ofertas y descuentos
- Retroalimentación y reseñas

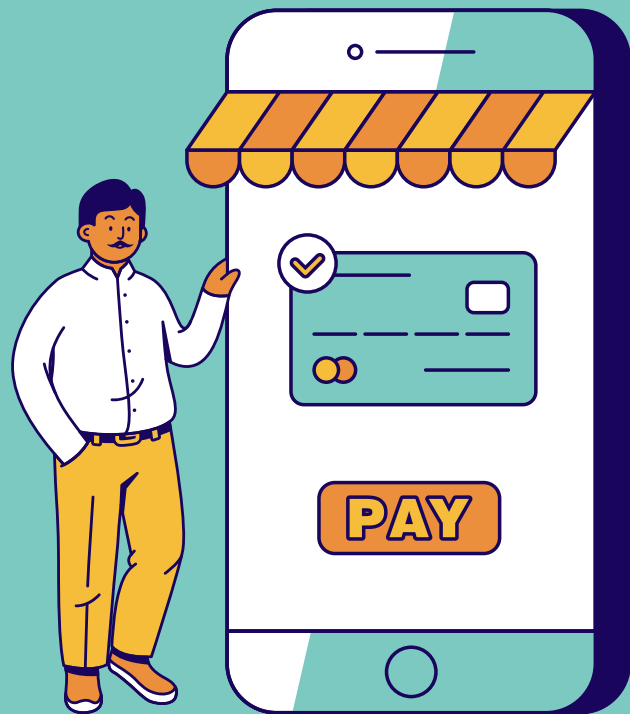
Desventajas

- Falta de experiencia física
- Problemas de entrega
- Seguridad y privacidad
- Prueba de productos
- Proceso de devolución
- Fraude
- Tiempos de espera



PRODUCTORES

Ventajas



- Alcance global
- Disponibilidad de 24 horas
- Menores costos operativos
- Facilidad de actualizaciones
- Mayor rango de atención
- Recopilación de datos
- Menos barreras de entrada

Desventajas

- Competencia intensa
- Dependencia de la tecnología
- Problemas de seguridad
- Dependencia de terceros
- Gestión de devoluciones
- Reputación en línea
- Problemas de diferenciación

ECOMMERCE EN MÉXICO



- ¿Cuánto representa el ecommerce?
- ¿Cuántas personas compran por internet?
- ¿Por qué los mexicanos compran en línea?
- ¿Qué es lo que más se vende por internet?

¿POR QUÉ LOS MEXICANOS COMPRAN EN LÍNEA?

- Recibir sus compras a domicilio (58%)
- Ahorro en tiempo y traslado a las tiendas físicas (49%)
- Realizar sus compras en cualquier lugar (42%)
- Encontrar productos no disponibles en tienda física (41%)
- Encontrar más descuentos y promociones que en tiendas físicas (36%)

¿QUÉ ES LO QUE MÁS SE VENDIÓ POR INTERNET EN 2022?

1. Comida a domicilio (68%)
2. Moda (62%)
3. Belleza y cuidado personal (42%)
4. Electrónicos (40%)
5. Juguetes (40%)
6. Cultura (39%)
7. Celulares (34%)
8. Deportes (34%)
9. Artículos de despensa (34%)
10. Electrodomésticos (33%)