

Actividad evaluativa - Eje 1

Fecha de entrega 21 de feb en 23:59

Puntos 25

Preguntas 16

Disponible 7 de feb en 0:00 - 21 de feb en 23:59 15 días

Límite de tiempo 60 minutos

Instrucciones

Para responder el siguiente examen, es importante estudiar todos los contenidos y recursos del eje correspondiente.

Cada referente de pensamiento, recurso o lectura complementaria le brinda herramientas para responder las preguntas de forma correcta.

Este examen tiene el objetivo de verificar el avance de su aprendizaje y representa una práctica de evaluación formal y, por tanto, otorga una calificación de desempeño.

¡Cuidado!

Le recordamos que solo tiene un intento para resolver la evaluación.

Apreciado estudiante, antes de contestar su examen, por favor lea las siguientes recomendaciones:

1. Una vez que haya dado clic en el botón **"Realizar la evaluación"**, no haga ninguna otra actividad diferente a contestar su examen (por ejemplo: dar clic en el botón atrás del navegador, leer algún tipo de documento, foro, etc.) ya que esto podrá hacer que el examen se cierre y se pierda el intento.
2. Este examen cuenta con **60 minutos** para ser resuelto.
3. Al terminar el examen, **siempre** debe dar clic en el botón **"Entregar evaluación"**, de otra forma el examen quedará abierto y no se calificará.
4. Recuerde que el examen debe hacerse por lo menos dos horas antes de la hora de cierre de la actividad, una vez se llegue a la hora de cierre este se enviará automáticamente.
5. Una vez cerrado el examen usted tendrá la posibilidad de revisar la solución.
6. Por favor, asegúrese de tener una buena conexión. Le recomendamos cerrar cualquier programa que pueda consumir el ancho de banda. Evite usar el Internet móvil.

Si usted presenta problemas, se puede comunicar con la **línea única nacional de atención al estudiante**, en Bogotá 7449191, Medellín 6044508, Pereira 3401516, Valledupar 5897879, a la **línea gratuita nacional 018000180099**.

Tipo de preguntas:

Cada examen puede contener distintos tipos de preguntas o consignas:

Verdadero-Falso: debe indicar si la proposición se considera verdadera o falsa. Tenga en cuenta que, si un solo elemento es falso, toda la proposición también lo es.

Opción múltiple: una sola de las opciones es correcta. Las alternativas están indicadas con círculos. Debe seleccionar la respuesta correcta, marcando el círculo precedente.

Respuesta múltiple: más de una respuesta es correcta. Debe seleccionar todas las alternativas que considere correctas, marcando el cuadrado que precede a cada una.

En caso de no marcar todas las respuestas correctas, se le otorga un puntaje parcial.

Coincidente: debe vincular dos categorías, seleccionando en la 1ª columna el concepto que corresponde con la categoría de la 2ª columna.

¡Deseamos que pueda desarrollar con éxito este examen!

Este examen fue bloqueado en 21 de feb en 23:59.

Historial de intentos

	Intento	Hora	Puntaje
MÁS RECIENTE	<u>Intento 1</u>	20 minutos	25 de 25

❗ Las respuestas correctas están ocultas.

Puntaje para este examen: **25** de 25

Entregado el 17 de feb en 15:01

Este intento tuvo una duración de 20 minutos.

Pregunta 1

1.56 / 1.56 pts

El comercio electrónico en Colombia está en una etapa de crecimiento según las estadísticas presentadas por la Cámara de Comercio Electrónico con datos de cierre del 2016. Esto indica que el e-commerce ofrece un amplio campo para realizar actividades de negocio con potencial de explotación para los emprendedores que promuevan sus iniciativas. Pese a esto la barrera a cruzar con el consumidor en Colombia consiste en la generación de confianza sobre el canal, y los medios de pago en general.

Cuál puede considerarse como notoria diferencia entre el comercio electrónico y el comercio tradicional que haga que los usuarios todavía no realicen la transición al e-commerce.



La percepción de riesgo en el comercio electrónico es mayor por cuanto en el comercio tradicional tiene el producto en el momento de efectuar el pago.



El marketing en red resulta menos costoso para las empresas lo que posibilita mayor difusión.



La limitante de variedad de productos a la hora de escoger en el comercio tradicional.



La posibilidad de acceder a productos en cualquier ubicación geográfica sin restricciones por este motivo y con moderados costos de envío.

Según las encuestas realizadas por la CCE en Colombia para el 2016 las personas tienen mayor nivel de confianza cuando les es entregado el producto antes de pagar, en la mayoría de negociaciones en el comercio tradicional el producto es tomado directamente por el cliente en el momento de la compra o su entrega es respaldada por la marca en la que realiza la adquisición, pero el producto es observado en sus condiciones y dimensiones directamente por el cliente en tienda. Esto se constituye en una de las principales razones para que el crecimiento del e-commerce no sea tan alto en comparación con otros países.

Pregunta 2

1.56 / 1.56 pts

El comercio electrónico como una operación de compra y venta de bienes sobre medios digitales, específicamente la web, para permitir el remodelamiento de los negocios, mercados y la ventaja competitiva.

El medio que usa el comercio electrónico es una plataforma de que tipo.

☐ Electrónica con licencia.

☐ Electrónica informática.

☒ Electrónica digital.

☐ Electrónica virtual.

La plataforma debe ser digital de cualquier tipo porque hace referencia al uso de web, Internet, e-mobile, e-mail, tablas electrónicas que permita el pago online.

Pregunta 3

1.56 / 1.56 pts

Con frecuencia es posible confundir el concepto de e-commerce con el concepto de e-business esto es porque en muchos sitios web que se encargan de brindar información a los usuarios de la red, se manejan los términos sin ninguna distinción y de hecho se consideran sinónimos. Pero en realidad el concepto es distinto.

¿Cuál es la diferencia entre e-commerce y e-business?

☐ El e-commerce es la actividad del negocio en línea y el e-business es la venta de productos.

☐ Realmente la confusión no debería presentarse por cuanto en la práctica si son el mismo ejercicio comercial de una empresa.

☐

El e-commerce es la actividad marketing, ventas y operación y el e-business son las operaciones de compra y venta.



El e-business es la actividad del negocio en línea y el e-commerce es la venta de productos.

El e-commerce éste contenido dentro del e-business, esto significa que mientras el e-commerce se refiere a las actividades de venta y compra realizadas por un medio digital. El e-business se refiere a la cadena de valor de actividades que desarrolla la empresa para poder llevar al cliente no solo su producto o servicio, sino para lograr mantener la relación con el mismo.

Pregunta 4

1.56 / 1.56 pts

En el comercio electrónico se han establecido categorías o diferentes tipos de relacionamiento que determinan estándares de interacción, estos dependen básicamente del tipo de relación que se generan entre los actores de las relaciones comerciales.

Establecer cuáles de las siguientes es la respuesta incorrecta.



Los modelos de negocio se establecen en el orden de sus participantes, ejemplo el B2B se refiere negocios entre empresas.



El relacionamiento de los consumidores con otros consumidores se denomina C2C.



La negociación entre las empresas del Estado y los particulares toma importancia por cuanto disminuye la burocracia y se denominan C2A.



En la relación que se genera entre empresa consumidor determinada B2C es la empresa la que tiene mayor poder de negociación.

En las negociaciones actualmente el poder negociación lo tiene el cliente, esto por tener tantas opciones de productos y servicios alternativos, a menos que se trate de alguna de las clasificaciones de monopolio que son aquellas empresas que poseen en exclusivas de los factores de producción o de los derechos de explotación de una idea desarrollada normalmente por la empresa y esto por un tiempo determinado. En tecnología por ejemplo cada actualización patentada otorga un periodo de tiempo para su explotación sin competencia.

Pregunta 5

1.56 / 1.56 pts

La generación de valor al cliente es un requisito que toda empresa debe perseguir para lograr tener un aspecto diferencial que le haga competitivo y de esta forma establecer modelos de negocio que le sean rentables. Hay muchas modalidades para lograr el retorno de la inversión de la empresa en su proceso de generación de valor para el cliente, con bienes y servicios que le dejan la sensación de haber adquirido lo mejor posible.

De los siguientes cuál no es considerado como mecanismo de generación de ingresos para las empresas:

☐ Modelo de suscripción.

☒ Modelo de información.

☐ Modelo de ventas.

☐ Modelo de afiliación.

Brindar información no se constituye un modelo de ingresar dinero a la empresa, por cuanto este es un producto como tal, que, para hacerlo rentable, sí es la intención de su generador de contenido, se debe unir con algún modelo como afiliación, ventas, suscripción, publicidad, etc.

Pregunta 6

1.56 / 1.56 pts

EDI: Soportes para "Intercambio electrónico de datos". Es un método estandarizado para transferir datos entre diferentes sistemas informáticos o redes informáticas.

Se utiliza normalmente para:

☐ Como subconjunto de Internet.

☐ Como protocolo para enviar datos en forma segura a través de Internet.

☒ Fines de comercio electrónico, envío y seguimiento de pedidos y la generación de facturas.

☐ Protocolo utilizado para transferir páginas web a la computadora.

El comercio electrónico es una actividad económica que se empezó a desarrollar desde 1948 y logró gran aceptación y uso en 1970 con la generación del EDI (TechTerms, 2017), En 1979 con la creación del "online shopping" por Michael Aldrich se logró un acercamiento al tipo de comercio electrónico que se conoce hoy en día.

Pregunta 7

1.56 / 1.56 pts

El e-commerce experimenta transformaciones desde su creación hasta la fecha, de las cuales, según los expertos en el tema, se pueden distinguir hasta ahora cuatro principales, cada una identificada por la naturaleza de motivación.

¿Cuáles son estas etapas según orden de desarrollo?

☐ Redes sociales, movilidad, e-mail y marketing.

☐ Estancamiento inicial, consolidación, ingeniería y actualmente, correo electrónico.

☒ Creación, consolidación, reingeniería y actualmente, redes sociales y movilidad.

☐ Innovación, volatilidad, reingeniería y actualmente, social media.

El primer periodo data desde la creación de la web hasta el año 2000, esta etapa se denomina de innovación, con el que se afirma se logró gran auge de los bienes y servicios ofrecidos por este medio (Laudon & Guercio Traver, 2012).

La segunda etapa se denomina de solidificación o consolidación y se establece como espacio temporal el 2001 al 2006. La tercera etapa está comprendida entre el 2007 a 2011, espacio de tiempo en el que hubo una reingeniería o reinención del comercio electrónico con el auge de las redes sociales y los contenidos generados por los usuarios, la cuarta etapa está comprendida entre el periodo 2012 a la fecha, con la actividad centrada en redes sociales y la plataforma digital móvil creada por los Smartphone y tabletas.

Pregunta 8

1.56 / 1.56 pts

En el comercio electrónico se puede definir el tipo de negocio existente entre las partes por la relación que implica la actividad entre los agentes económicos.

En una situación de negocio de e-commerce donde la relación de la empresa con el cliente se lleve a cabo por medio de intermediarios como los afiliados ¿Qué tipo de modelo de negocio se establece?

☐ Modelo B2B.

☐ Modelo C2C.

☐ Modelo B2C.

☒ Modelos C2B.

Los afiliados son un medio que la empresa utiliza para rentabilizar su negocio, pero el contacto del cliente para realizar la operación de comercio lo tiene directamente con la empresa con lo que el modelo de negocio es C2B.

Pregunta 9

1.56 / 1.56 pts

En el comercio electrónico se puede definir el tipo de negocio existente entre las partes por la relación que implica la actividad entre los agentes económicos.

La subasta se puede considerar como un método de intermediación que forma parte de qué modelo de negocio:

☒ C2C.

☐ C2A.

☐ C2B.

☐ P2P.

Este tipo de negociaciones surge entre otras causas por la necesidad que pueden tener los usuarios de salir de productos que alguna vez adquirieron y ya no usan. Este es el caso de las subastas, ventas de garaje online y cualquier otro ofrecimiento con el mismo lineamiento.

Pregunta 10

1.56 / 1.56 pts

Uno de los nuevos modelos de contratación laboral que aparece a partir del desarrollo de las TIC es que el trabajador pueda desempeñar su actividad desde la comodidad de su hogar. A este tipo de contratación laboral se le denomina teletrabajo.

¿Qué modalidad de negocio en el ámbito del e-commerce es la que emplea el teletrabajo?

☐ B2A.

☐ B2B.

☐ B2C.

☒ B2E.

Es una manera de integración entre la empresa y los trabajadores, un ejemplo apropiado es la tendencia de teletrabajo (Fonseca, 2014).

Pregunta 11

1.56 / 1.56 pts

Los empresarios actualmente necesitan ser más que creativos para lograr cautivar al cliente y retenerlo, de tal manera que el propósito empresarial no solo es la venta sino el establecimiento de una relación permanente en el tiempo con el usuario de su bien o servicio que le posibilite establecer un negocio rentable y sostenible. En consecuencia, surgen modelos de negocio que se valen de variedad de recursos para el logro del objetivo empresarial, a continuación, se nombran algunos de estos modelos y se pide que se identifique a que modelo de negociación están adscritos.

¿Los desarrolladores de contenidos que ofrecen aplicaciones de uso gratuito para que el usuario acceda y una vez en el sitio se encuentra con publicidad asociada al uso de los productos, emplean el modelo?

☐ Publicidad segmentada.

☐ Portal.

☒ Publicidad contextual.

☐ Modelo gratuito.

Dentro de la publicidad empleada por la empresa que puede partir desde el modelo B2B, B2C los generadores de software desarrollan aplicaciones de interés para que el usuario en su uso acceda a la publicidad de su marca, ejemplo: YouTube.

Pregunta 12

1.56 / 1.56 pts

Los empresarios actualmente necesitan ser más que creativos para lograr cautivar al cliente y retenerlo, de tal manera que el propósito empresarial no solo es la venta sino el establecimiento de una relación permanente en el tiempo con el usuario de su bien o servicio que le posibilite establecer un negocio rentable y sostenible. En consecuencia, surgen modelos de negocio que se valen de variedad de recursos para el logro del objetivo empresarial, a continuación, se nombran algunos de estos modelos y se pide que se identifique a que modelo de negociación están adscritos.

¿El modelo que realiza todo el análisis operativo de logística para cubrir la operación desde negociación, transacción y entrega, de intercambios comerciales, se pueden denominar cómo?

- ☒ Mercados virtuales de intercambios.
- ☐ Compra/venta Fulfillment.
- ☐ Subasta electrónica.
- ☐ Agentes o robots comparadores de precios.

Se pueden clasificar dentro de los modelos de negocio empresarial B2B, B2C, B2E, B2A, los mercados virtuales de intercambios: emarketplaces cubre la transacción, estudio de mercados, negociación, logística de distribución establecido mediante la plataforma digital que permite la interacción individual o colectiva de compradores y vendedores.

Pregunta 13

1.57 / 1.57 pts

Los empresarios actualmente necesitan ser más que creativos para lograr cautivar al cliente y retenerlo, de tal manera que el propósito empresarial no solo es la venta sino el establecimiento de una relación permanente en el tiempo con el usuario de su bien o servicio que le posibilite establecer un negocio rentable y sostenible. En consecuencia, surgen modelos de negocio que se valen de variedad de recursos para el logro del objetivo empresarial, a continuación, se nombran algunos de estos modelos y se pide que se identifique a que modelo de negociación están adscritos.

Dentro de los modelos que parten del análisis de la información generada por los usuarios a través de su actividad en la web. ¿Cómo se le denomina al que ofrece al usuario incentivos?

☒ Incentivo de marketing.

☐ Tienda catálogo.

☐ Mediación de audiencia.

☐ Metamediación.

Se pueden clasificar dentro de los modelos de negocio empresarial B2B, B2C, B2E, busca la fidelización del consumidor a través de la entrega de cupones, regalos, descuentos y todo lo que el consumidor pueda considerar como incentivo.

Pregunta 14

1.57 / 1.57 pts

Los empresarios actualmente necesitan ser más que creativos para lograr cautivar al cliente y retenerlo, de tal manera que el propósito empresarial no solo es la venta sino el establecimiento de una relación permanente en el tiempo con el usuario de su bien o servicio que le posibilite establecer un negocio rentable y sostenible. En consecuencia, surgen modelos de negocio que se valen de variedad de recursos para el logro del objetivo empresarial, a continuación, se nombran algunos de estos modelos y se pide que se identifique a que modelo de negociación están adscritos.

Dentro de los modelos que promueven y aprovechan la colaboración de los usuarios como prosumidores ¿Cómo se le denomina los que obtienen sus ingresos a partir de manuales de uso, tutoriales, soporte e integración?

☒ Open source.

☐ Contenidos abiertos.

☐ Redes de conocimiento.

☐ Directorios B2B.

"Se genera un desarrollo voluntario de software por una comunidad global de programadores que comparten el código fuente del mismo en forma abierta" (Casanova y Villazón, 2013, p. 340), los ingresos y ganancias se fundamentan en integración, soporte, tutoriales y documentos de uso.

Pregunta 15

1.57 / 1.57 pts

En el comercio electrónico se han establecido categorías o diferentes tipos de relacionamiento que determinan estándares de interacción, estos dependen básicamente del tipo de relación que se generan entre los actores de las relaciones comerciales. Se pide relacionar el termino con la definición apropiada.

Se da entre empresas que operan en la Red y que establecen relaciones con las empresas de su cadena de gestión.

B2B.

El consumidor accede sin importar su ubicación geográfica, en la mayoría de las ocasiones, cuenta con información de

B2C.

precios, ofertas y medios de comunicación.

Se usa para facilitar las operaciones que se deban rendir ante las entidades gubernamentales.

Integración entre la empresa y su usuario interno.

Pueden realizar las operaciones comerciales eventuales que requieran sin necesidad de constituir una empresa.

Relación de beneficio mutuo entre las partes implicadas por cuanto con la promoción o colaboración de parte del consumidor en favor de la empresa, genera retribuciones para los dos.

Disminuye el tiempo de operaciones que antes de su aplicativo en línea requerían de largas filas y muchas horas para su realización.

De acuerdo con la naturaleza de la negociación es decir de que tipo de agentes económicos interactúan se establece el modelo de negocio por tanto el nombre con sus siglas en inglés genera la definición del concepto.

Pregunta 16

1.57 / 1.57 pts

De acuerdo con la naturaleza de la negociación y a la especificación del detalle del modelo de negocio se han establecido modelos de generación de rentabilidad para las empresas los que se optan según la conveniencia del usuario al que va destinado, por tanto se pueden establecer en todo tipo de relación: B2B, C2B, C2C, B2E, B2C, etc. A continuación, se pide relacionar cada modalidad con su definición:

Se suscriben por un valor determinado para adquirir un servicio que permite obtener audio, texto, contenidos gráficos o multimedia.

Contenidos.

Información en red generada por los usuarios.

Persona a persona.

Se paga derecho de suscripción y se cumple un código de conducta.

Confianza.

Suministro de servicios complementarios realizados por proveedores de servicios.

Internet.

Se paga por acceso a contenidos.

Uso cuantificable.

Posibilita acceder a cantidades cuantificables de contenidos (páginas descargadas hasta cierto número).

Suscripción cuantificable.

Es importante entender que los modelos de negocio en e-commerce parten de dos pilares, el primero es sobre los agentes que se va a entablar negociación, es decir, los actores sociales involucrados en la acción del e-commerce y el segundo sobre las modalidades de estrategias de rentabilización u obtención de los objetivos de los agentes que intervienen en el modelo, con lo que aquí se evidencian algunas de las modalidades que se pueden emplear en los negocios e-commerce.

Puntaje del examen: **25** de 25