



“AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS
DE INDEPENDENCIA”

FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES

CURSO:

E-Business Y Analítica Web

TEMA:

E-Business

INTEGRANTES:

Ángeles Ángel Yomer Feliciano
Ignacio Velásquez Jhan Carlos
Toledo Sánchez Edwin

NRC:

3708

DOCENTE:

Ing. Pérez Aguilar Daniel Alexis

Cajamarca – Perú - 2021

ÍNDICE

1. PRIMERA FUENTE INFORMATIVA	3
2. SEGUNDA FUENTE INFORMATIVA	3
3. TERCERA FUENTE INFORMATIVA	4
4. CUARTA FUENTE INFORMATIVA	4
5. QUINTA FUENTE INFORMATIVA	4
GLOSARIO	6
Referencias.....	7

1. PRIMERA FUENTE INFORMATIVA

CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍA CONTABLE Y DE GESTIÓN BAJO EL SISTEMA E-BUSINESS

El comercio electrónico, no es una opción, más bien es una necesidad que mantiene la competitividad entre personas, empresas, regiones y países. Contanet Ltda. Empresa de estudio contable, tiene como objetivo Replantear el sistema de consultoría contable con la Aplicación del sistema EBusiness “Negocios Electrónicos” y brindar soluciones técnicas contables con la capacidad de ser lo suficientemente flexible y profesional, facilitando una iteración comercial con sus clientes, mejor dicho, crear una plataforma virtual de consultas y asesorías contables para sus alumnos (clientes). Con el uso del sistema E-Business, para procesos más eficientes. Consiguiendo así que el estudio, y gracias al material actualizado hasta la fecha 2002, solo en la práctica podrán desarrollar mejores estrategias para su futura competencia, ya que se ha considerado imprescindible el uso de la herramienta para su estudio contable. [1]

2. SEGUNDA FUENTE INFORMATIVA

EL E-BUSINESS COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013-2014

Para facilitar la producción, el uso de E-Business es muy importante, ya que forma parte de muchas empresas para competir en el mercado, lo cual es importante en la universidad de Técnica de Cotopaxi para adquirir conocimientos necesarios para que se incorpore el uso de nuevas tecnologías y del internet en sus procesos de aprendizaje, tratando de mostrar la influencia e impacto de las nuevas tecnologías. Con métodos empíricos, teóricos y estadísticos, para llevar a cabo la investigación obteniendo un cambio que beneficien la institución. Con el uso de la herramienta E-Business podrán aprovechar la comodidad, la disponibilidad y el alcance universal para mejorar las organizaciones existentes o crear nuevas organizaciones virtuales. Finalizando que, en la universidad, muchos alumnos consideran importante aprender acerca de la comercialización de productos o servicios por internet. Asimismo, los docentes deben estar capacitados acerca de las actualizaciones de sistemas y programas para que los estudiantes lleguen a un estudio significativo. [2]

3. TERCERA FUENTE INFORMATIVA

E-BUSINESS PARA LA OFERTA DE BIENES DEL SECTOR SECUNDARIO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

La investigación propone un Modelo de negocio tipo B2B para las empresas de la provincia de Cotopaxi, y así integrar nuevas características en el comercio electrónico, para potenciar la productividad gracias a las ventajas y beneficios de la tecnología. Y va en busca del modelo de comercialización adecuado, proponiendo fundamentos teóricos relacionados al desarrollo de estrategias y modelos de negocios E-Business para la oferta de productos, y la demanda y oferta para la estrategia. Realizan el uso del software a partir de gestión de stock y e-commerce. Toman en cuenta que se debe considerar antes de poner en marcha la propuesta de la investigación, para garantizar una comunidad de compra y venta digital. Aprovechando el uso del Internet de las Cosas, pues permite que todas las personas estén conectadas y se puedan comunicar entre sí. [3]

4. CUARTA FUENTE INFORMATIVA

UTILIDAD PRÁCTICA DE IMPLEMENTAR E-BUSINESS EN LAS EMPRESAS DE MEDELLÍN

Este artículo tiene como objetivo recopilar las mejores prácticas a nivel mundial de las diferentes modalidades del E-Business, junto con el impacto en las empresas en Medellín y su implementación. Asimismo, con el uso de las TIC y el internet en las empresas para la venta en línea, haciendo uso de la tecnología E-Business. Mejorando la relación con el cliente, y personalizando los servicios. Con el uso del software ERP, CRM y SCM, entre otras basadas en tecnología Intra/Internet, para nuevas practicas de negocio. En conclusión, se logra visualizar que las empresas que mejor se adaptan al cambio tendrán más garantías de éxito. Sin embargo, es importante tener un plan detallado como una buena práctica. [4]

5. QUINTA FUENTE INFORMATIVA

NEGOCIOS EN INTERNET.CASO PRÁCTICO DE AMAZON E-BUSINESS. A CASE STUDY OF AMAZON

En la lectura, habla acerca de empresas, que han decidido lanzarse al mercado digital, sabiendo los riesgos que conlleva. Por esa razón, las empresas cuentan con conocimientos con respecto a ese tipo de comercio, y porque otras empresas aun no lo aplican. Basándose en Amazon, centrándose en un estudio nacional e internacional, ya que carece de una tienda física, y su principal negocio es en la red. Y en como se ha localizado en una de las compañías con mayor peso. Asimismo, buscar un análisis estratégico en las empresas, y el comercio electrónico, del cual se viene hablando últimamente, usa una metodología teoría, enfocado al negocio electronico, usando como fuente de información l Biblioteca General San Isidro y la biblioteca de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad león. Y una metodología aplicada estratégicamente, basado en la empresa Amazon. Llegando así a la conclusión de como el hecho

de optar por la diversificación desde una etapa temprana del ciclo de vida de la empresa, hace que Amazon pueda abarcar una amplia gama de productos, pudiendo satisfacer todas las necesidades de sus clientes en un mercado mas amplio y virtual desde la comodidad del hogar, asimismo, tener en cuenta que así como las fortalezas y oportunidades de la empresa, también cuenta con amenazas y debilidades. [5]

GLOSARIO

- **Big Data:** Término inglés que describe el gran volumen de datos, tanto estructurados como no estructurados, que brindan a las empresas información para obtener ideas que conduzcan a mejores decisiones y movimientos de negocios estratégicos.
- **Core Business:** Término que hace referencia a la razón de ser de la compañía o aquello por lo cual se crea y en lo que se va a generar el máximo valor añadido de la oferta.
- **E-Business:** Entorno en el que dos o más partes se involucran dentro de un negocio electrónico para lograr un objetivo de comercial específico.
- **E-Commerce:** Transacción e intercambio de información con contenido comercial, en que la oferta y demanda se comunican utilizando tecnologías de la información.
- **Comercio Electrónico B2B (Business to Business):** Transacciones efectuadas entre fabricante y distribuidora de un producto, o entre la distribuidora y el comercio minorista, entre otras. Este no conlleva transacciones directas con la consumidora final.
- **Comercio Electrónico B2C (Business to Consumer):** Transacciones a través de medios electrónicos como Internet y llevadas a cabo entre empresa y consumidores finales.
- **Tecnología IoT:** Agrupación e interconexión de dispositivos u objetos a través de una red donde estos reciben y transfieren datos entre sí a través de conexiones inalámbricas sin la intervención humana.
- **EDI (Electronic Data Interchange - Intercambio Electrónico de Datos):** Es un software Middleware que permite la conexión a distintos sistemas empresariales como ERP o CRM, en otras palabras, es un estándar para el intercambio interorganizacional de información estructurada entre computadoras.
- **TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones):** son las tecnologías que se necesitan para gestión y transformación de la información y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información.
- **E-Marketplaces:** Son mercados virtuales que permiten tanto a vendedores como compradores agilizar sus procesos de compra/venta.

Referencias

- [1] G. M. BENITEZ y S. A. S. SERRANO, «CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍA CONTABLE Y DE GESTIÓN BAJO EL SISTEMA E-BUSINESS,» Bucaramanga, 2002.
- [2] R. D. R. Soto, «EL E-BUSINESS COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013-2014,» Latacunga, 2017.
- [3] C. D. A. Suárez, «E-Business para la oferta de bienes del sector secundario de la provincia de Cotopaxi,» LATACUNGA, 2020.
- [4] M. W. ORTA, «UTILIDAD PRÁCTICA DE IMPLEMENTAR E-BUSINESS EN LAS EMPRESAS DE MEDELLÍN,» MEDELLIN, 2007.
- [5] D. Á. H. Andrés, «AMAZON, NEGOCIOS EN INTERNET.CASO PRÁCTICO DE AMAZON E-BUSINESS. A CASE STUDY OF,» Oviedo España, 2013.