

Pontificia Universidad Católica del Perú
Facultad de Ciencias e Ingeniería

Especialidad de Ingeniería Informática
Curso: Temas Avanzados en Sistemas de
Información 2



Profesores:
Ing. Rony Cueva Moscoso

2017-0



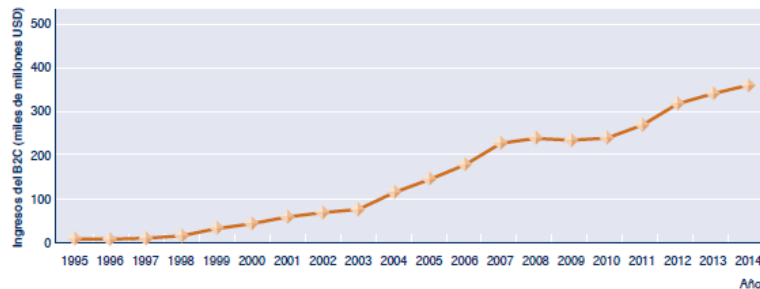
PARTE VII

COMERCIO ELECTRÓNICO

Comercio Electrónico



El comercio electrónico se refiere al uso de **Internet** y **Web** para realizar transacciones de negocios. Dicho de una manera más formal, trata sobre las **transacciones comerciales con capacidad digital** entre organizaciones e individuos. En su mayor parte, esto se refiere a las negociaciones que ocurren a través de Internet y Web. Las transacciones comerciales involucran el intercambio de valor (es decir, dinero) a través de los límites organizacionales o individuales, a cambio de productos y servicios.



3

Crecimiento del comercio electrónico



TRANSFORMACIÓN DE NEGOCIOS

- El comercio electrónico sigue siendo la forma de comercio de mayor crecimiento, si se le compara con las tiendas físicas o tradicionales de venta al menudeo, los servicios y el entretenimiento.
- La primera ola de comercio electrónico transformó el mundo comercial de los libros, la música y los viajes aéreos. En la segunda ola, hay nueve industrias nuevas que se enfrentan a un escenario de transformación similar: marketing y publicidad, telecomunicaciones, cine, televisión, joyería y artículos de lujo, bienes raíces, viajes en línea, pagos de facturas y software.
- La amplitud de los ofrecimientos del comercio electrónico crece, en especial en la economía de servicios de las redes sociales, los viajes, los repositorios de información, el entretenimiento, la venta de ropa al menudeo, los electrodomésticos y muebles para el hogar.
- Los pequeños negocios y las personas emprendedoras continúan inundando el mercado del comercio electrónico; se apoyan con frecuencia en las infraestructuras creadas por los gigantes industriales como Amazon, Apple y Google, y cada vez aprovechan más los recursos de cómputo basados en la nube.

4

Crecimiento del comercio electrónico



BASES TECNOLÓGICAS

- El número de conexiones inalámbricas a Internet (Wi-Fi, WiMax y 3G/4G) aumenta con rapidez.
- Los poderosos dispositivos móviles de bolsillo tienen soporte para música, navegación Web y entretenimiento, así como para la comunicación de voz.
- La base de banda ancha de Internet se fortalece en los hogares y empresas a medida que los precios de transmisión disminuyen.
- El software y los sitios de redes sociales como Facebook, MySpace, Twitter, LinkedIn y muchos otros se convirtieron en una nueva plataforma importante para el comercio electrónico, el marketing y la publicidad.
- Los nuevos modelos de cómputo basados en Internet, como la computación en la nube, el software como un servicio (SaaS) y el software Web 2.0, reducen de manera considerable el costo de los sitios Web de comercio electrónico.



5

Crecimiento del comercio electrónico



EMERGEN NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS

- Más de la mitad de la **población de usuarios de Internet pertenece a una red social** en línea, colaboran en sitios que clasifican a los sitios de redes sociales, crean blogs y comparten fotos. En conjunto, estos sitios crean una audiencia masiva en línea tan grande como en el caso de la televisión, lo cual es atractivo para los que se dedican al marketing.
- El modelo de negocios de **publicidad tradicional se trastorna** en forma considerable a medida que Google y otros participantes en el ámbito de la tecnología, como Microsoft y Yahoo!, buscan dominar la publicidad en línea y expanden sus actividades como agencias publicitarias convencionales para la televisión y los periódicos.
- Los periódicos y otros medios tradicionales adoptan **modelos interactivos en línea**, pero pierden ingresos por publicidad frente a las empresas publicitarias participantes en línea, a pesar de ganar lectores en línea.
- Surgen modelos de negocios de **entretenimiento en línea** que ofrecen televisión, cine, música, deportes y libros electrónicos, gracias a la cooperación entre los principales propietarios de derechos de autor y los distribuidores de Internet como Google, YouTube, Facebook y Microsoft.

6

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Dimensión de tecnología del comercio electrónico	Significado de negocios
Ubicuidad. La tecnología de Internet/Web está disponible en todas partes: en el trabajo, en el hogar y en cualquier otra parte por medio de los dispositivos móviles.	El mercado se extiende más allá de los límites tradicionales y se extrae de una ubicación temporal y geográfica. Las compras se pueden llevar a cabo en donde sea.
Alcance global. La tecnología se extiende a través de los límites nacionales, alrededor de la Tierra.	Se permite a través de los límites culturales y nacionales. El espacio de mercado abarca miles de millones de consumidores y millones de empresas potenciales a nivel mundial.



7

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Dimensión de tecnología del comercio electrónico	Significado de negocios
Estándares universales. Hay un conjunto de estándares de tecnología; a saber, estándares de Internet.	Con un conjunto de estándares técnicos en todo el mundo, los sistemas de cómputo dispares se pueden comunicar entre sí con facilidad.
Riqueza. Es posible usar mensajes de video, audio y texto.	Los mensajes de marketing de video, audio y texto se integran en un solo mensaje de marketing y en una sola experiencia para el consumidor.



8

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Dimensión de tecnología del comercio electrónico	Significado de negocios
Interactividad. La tecnología funciona a través de la interacción con el usuario	Los consumidores se involucran en un diálogo que ajusta de manera dinámica la experiencia para el individuo, además de convertir al consumidor en un co-participante en el proceso de ofrecer productos al mercado.
Densidad de la información. La tecnología reduce los costos de la información y eleva la calidad	Los costos de procesamiento, almacenamiento y comunicación de la información se reducen de manera dramática, mientras que la actualidad, precisión y puntualidad mejoran en forma considerable.



9

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Dimensión de tecnología del comercio electrónico	Significado de negocios
Personalización/adaptación. La tecnología permite entregar mensajes personalizados tanto a individuos como a grupos.	La personalización de los mensajes de marketing y la adaptación de los productos y servicios al gusto de los clientes se basan en características individuales.
Tecnología social. Generación de contenido del usuario y redes sociales.	Los nuevos modelos de negocios y sociales de Internet permiten la creación y distribución de contenido de los usuarios, además de que dan soporte a las redes sociales.



10

TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO



Existen muchas formas de clasificar las transacciones de comercio electrónico. Una de ellas consiste en analizar la naturaleza de los participantes en la transacción de comercio electrónico. Las tres principales categorías de comercio electrónico son:

- **El comercio electrónico de negocio a consumidor (B2C)** implica la venta al detalle de productos y servicios a compradores individuales. Por ejemplo las empresas que venden libros, software y música a consumidores individuales, es un ejemplo de comercio electrónico B2C.



11

TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO



- **El comercio electrónico de negocio a negocio (B2B)** implica la venta de productos y servicios entre empresas. Por ejemplo ordenes de compra entre empresas es un ejemplo de comercio electrónico B2B.



12

TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO



- El comercio electrónico de consumidor a consumidor (C2C) implica a los consumidores que venden directo a otros consumidores. Por ejemplo, eBay, el gigantesco sitio de subastas Web, permite a las personas vender sus productos a otros consumidores, para lo cual subastan su mercancía al mejor postor o por un precio fijo.



¡TU TIENDA EN LÍNEA!

13

LA PLATAFORMA DIGITAL MÓVIL



Las aplicaciones de comercio-m han empezado a tener éxito para los servicios que requieren de una respuesta rápida, que atraen a las personas que se desplazan de un lado a otro, o que realizan una tarea con más eficiencia que otros métodos. Son muy populares en Europa, Japón, Corea del Sur y otros países con sólidas infraestructuras de banda ancha inalámbrica.



14

LA PLATAFORMA DIGITAL MÓVIL



Tipos de comercio móvil:

- **Servicios basados en la ubicación**, según la ubicación muestran puntos de interés.
- **Servicios bancarios y financiero.**
- **Publicidad y ventas al detalle inalámbricas.**
- **Juegos y entretenimiento .**

