

Curso: “Aplicaciones de
E-Business”
Clase 02

Profesor:

Alcides Torres

Objetivos del curso

- **General:** Conocer el funcionamiento de una empresa con características de E-Business.
Construir un sitio Web que permita realizar el E-Business.
- **Específicos:**
 - Desarrollar un proyecto de E-Business real.
 - Proponer un plan de negocios para un proyecto de E-Business.

Clasificación del E-Business



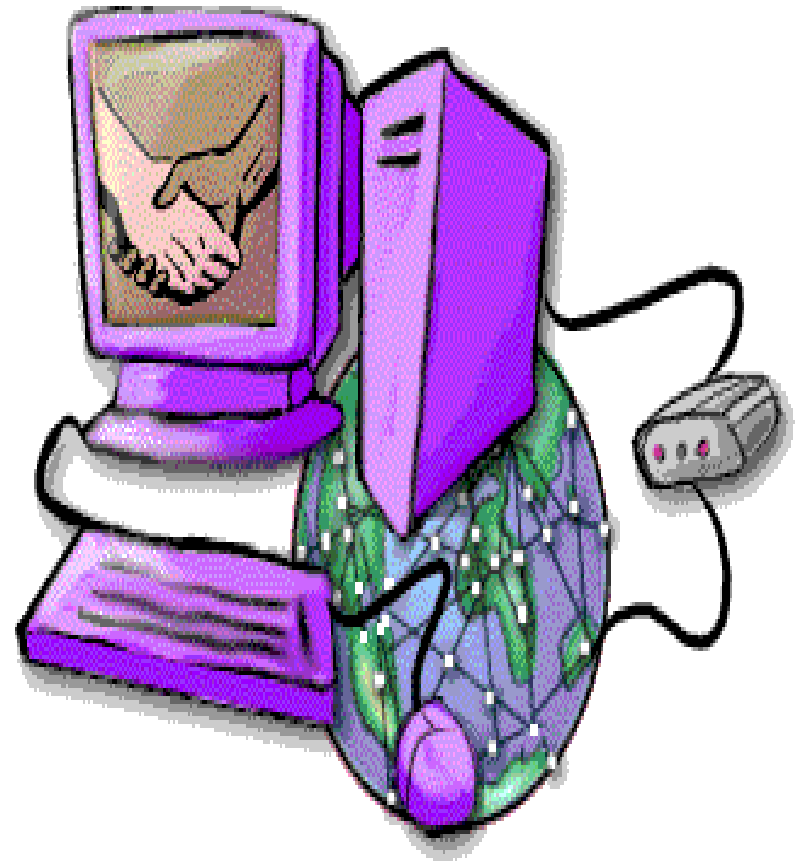
	Gobierno	Empresas	Personas
Gobierno	G2G Coordinación y transferencia de información	G2B Información y servicios	G2C Información y servicios
Empresas	B2G Trámites, impuestos, información	B2B Comercio Electrónico	B2C Comercio electrónico
Personas	C2G Impuestos y trámites	C2B Laborales	C2C Comercio electrónico

E-Commerce



Qué es E-COMMERCE ?

Cuando se habla de e-commerce se hace referencia a las transacciones comerciales en las cuales el pedido en firme de un producto o servicio se efectúa por medios electrónicos.



Modalidades de E-Commerce



Modalidades de E-COMMERCE

B2B Business to Business

Sitios de transacciones comerciales entre empresas.

B2C Business to Consumer

Sitios de venta al consumidor final.

C2C Consumer to Consumer

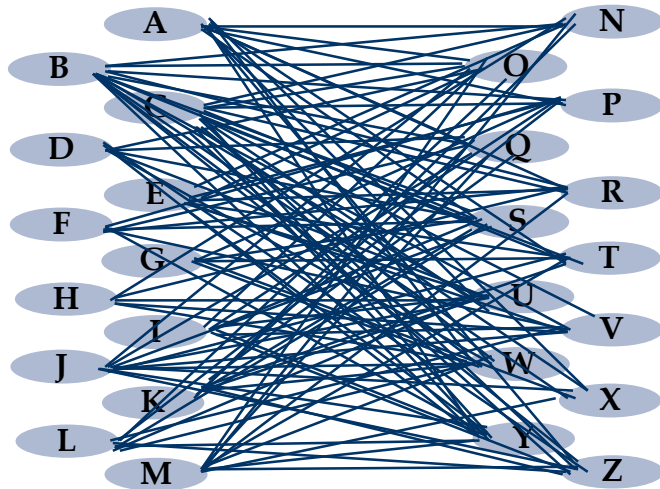
Remates y sitios de intercambio de bienes o servicios entre personas.

C2B Consumer to Business

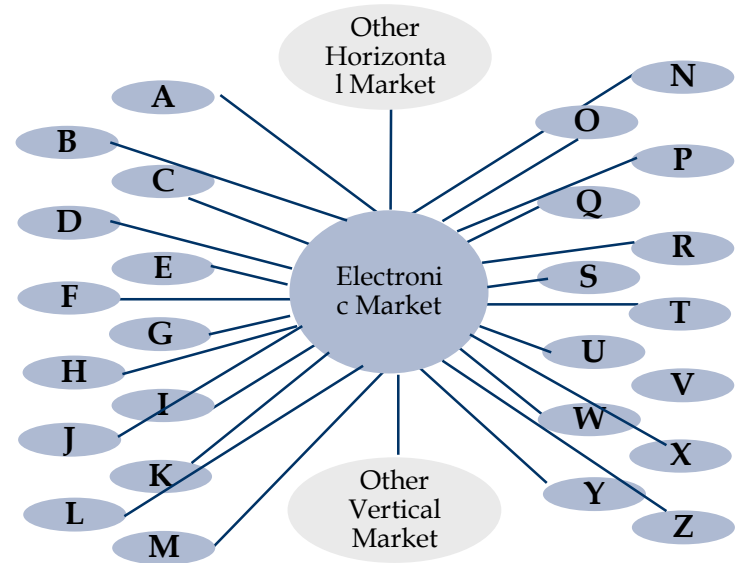
Sitios en los que las personas se agrupan para realizar negocios con las empresas.

¿Qué pasa al aumentar el número de empresas?

Conexión directa



Marketplace



B2B

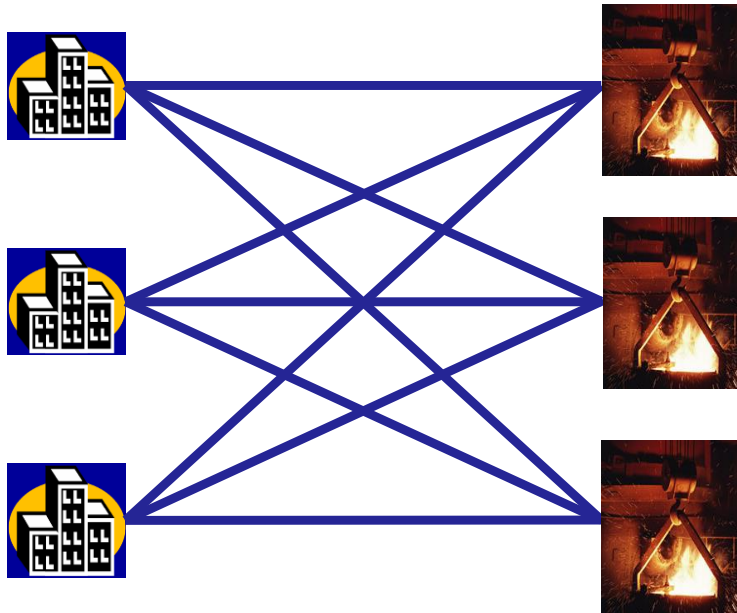


B2B Business to Business

- La modalidad B2B se refiere a las transacciones realizadas entre empresas en un marketplace.
- **Marketplace:** Es un lugar donde compradores y vendedores se reúnen para cotizar y licitar productos, servicios o insumos.
- El concepto clásico de mercado se mantiene, cambian solo los medios a través de los cuales se realizan las operaciones.

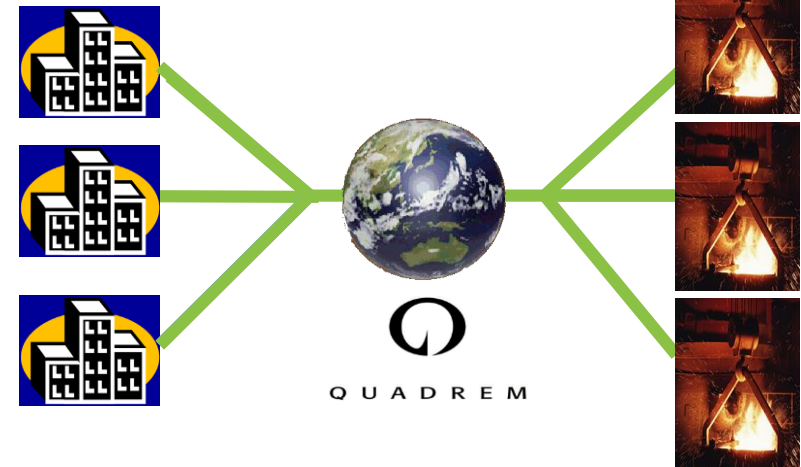
Modelos de conexión B2B

Comercio Electrónico Tradicional



Marketplace: Mercado Virtual

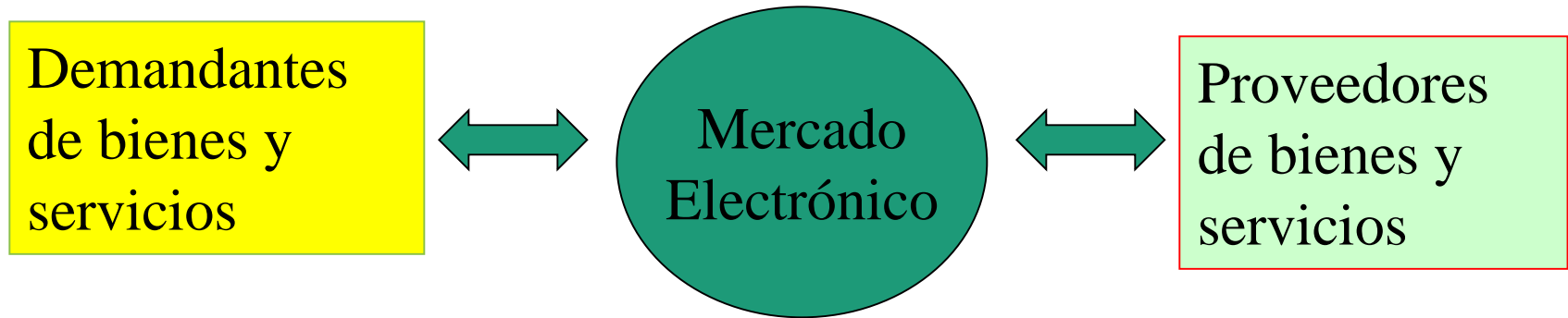
UN SOLO PUNTO DE CONEXION



Solución Integral

El punto de acceso a la Comunidad Comercial donde las empresas puedan realizar transacciones de comercio electrónico B2B en un ambiente abierto, ágil y accesible.

Ejemplo de mercado electrónico



- Información: Empresas, productos, precios, etc.
- Servicios: Asociado a las necesidades de los participantes
- Desarrollo eficiente y seguro de transacciones
- Comunidad de socios de negocios.

Observación: un mercado electrónico, no es un concepto tecnológico, sino una plataforma de información y de negocios.

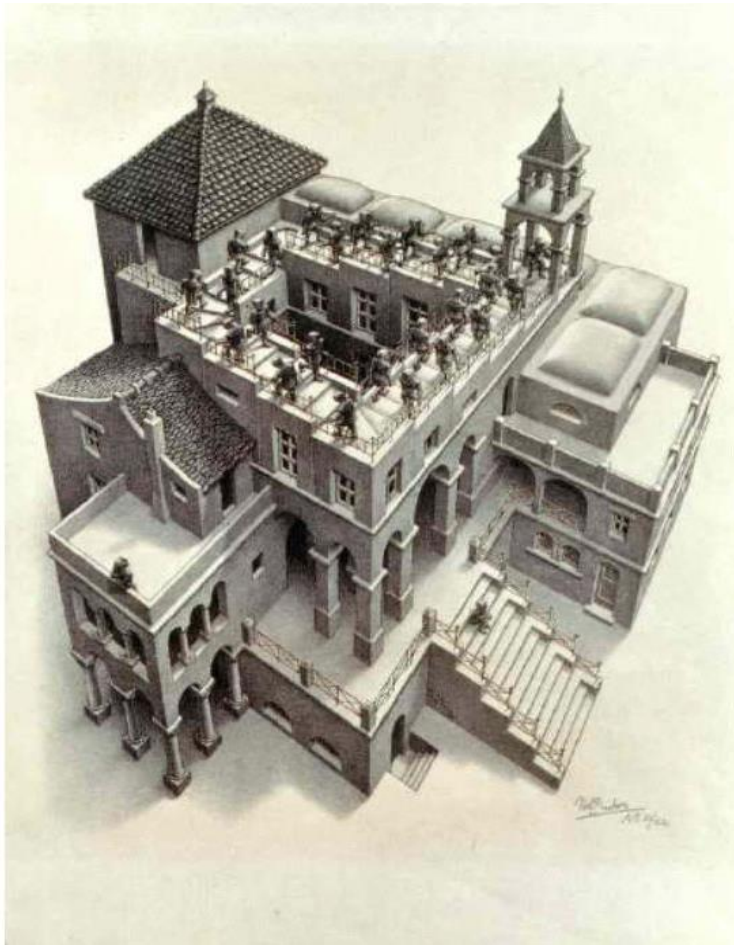
¿Cómo se clasifican los mercados electrónicos B2B?

- **Principal clasificación:**
 - Mercados Verticales: Concentrado en una industria o dominio específico.
 - Mercados Horizontales: Entregan servicios transversalmente a múltiples industrias.
- **En general un mercado se caracteriza según:**
 - Sus participantes y productos
 - Los servicios y la información disponibles
 - Las formas y los tipos de relación de negocio que soporta.

Malentendidos sobre los eMarketplaces

- No compran ni venden nada
- No generan un Gasto Agregado
- No son un intermediario entre Compradores y Vendedores
- No negocian para el Comprador ni para el Vendedor
- Reglas de Negocios siguen siendo definidas de la forma clásica.
- El e-Commerce brindará comodidades a los Proveedores

La promesa y las expectativas



Digitalizar el flujo en la Cadena del Valor

Ciclo Abastecimiento

Ciclo Financiero



Relaciones en un proceso electrónico de negocios



Ciclo Comercial

TENDENCIA DEL MERCADO B2B

Volumen US\$ en intercambios B2B

2000 - 2003



Source: Forrester, Goldman Sachs, Andersen Consulting analysis

Evolución del Mercado B2B

Fuerte crecimiento.

Volumen US\$ en Marketplaces B2B 2000-2003



Fuente: Forrester, análisis de Goldman Sachs, Andersen Consulting

INCENTIVOS PARA UTILIZAR eMARKETPLACES

Según encuesta del Boston Consulting Group, los incentivos principales para utilizar eMarketplaces son:

Proveedores:

- Reducir los costos de transacción
- Reducir tiempos de procesamiento
- Encontrar nuevos clientes
- Servir mejor a clientes existentes

Compradores:

- Reducir los costos de transacción
- Reducir tiempos de procesamiento
- Encontrar nuevos proveedores
- Reducir inventarios

Mecanismos de generación de valor de un mercado electrónico B2B:

- **Información**: Facilitar calce entre oferta y demanda, a través de la generación de un mercado virtual.
- Plataforma para desarrollar **transacciones** de negocio.
- **Servicios** de valor a los socios.
- **Agregación** de oferta o demanda

Ejemplos de B2B

Business to Business

- Una fábrica recibe instrucciones electrónicas de despacho de su distribuidor.
- Una empresa busca posibles proveedores y solicita cotizaciones, a través de una aplicación en Internet.
- Una compañía realiza una subasta electrónica en que hace competir a sus posibles proveedores de materia prima.
- Un proveedor envía una factura en forma electrónica a su empresa cliente.
- **Senegocia.com: Un ejemplo de B2B en Chile**

B2B Business to Business

Senegocia.com (1)

Senegocia.com : Donde cotizan y licitan las Empresas - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Multimedia

Dirección https://www.senegocia.com/senegocia/principal_chile_prueba2.asp Ir Vínculos

Search Web Sign In Mail Games Yahoo! Personals My Yahoo! LAUNCH

se destaca

- **GRATIS SENEGOCIA, CON SU PÁGINA WEB**
Desde ahora, todas las empresas podrán desarrollar sus propios sitios web con el apoyo de senegocia. [Ver Ejemplo](#)
- **Royal & SunAlliance (Perú)**
consigue cerca del 20% de ahorros en la compra de repuestos y accesorios para vehículos en el primer trimestre del presente año...
- **Alianza Cono Sur - Senegocia.Com**
Mediante esta alianza, los clientes de senegocia podrán optar a innovadores productos, como seguro de crédito a través de Cono Sur Corredores de Seguros
- **Hospital Militar**
Realizó exitosa licitación pública de "Artículos de Escritorio" para el periodo 2002-2003 a través de Senegocia.com."
- **Capital**
Senegocia llega a su punto de equilibrio operacional
- **E-CertChile y Senegocia**
"Órdenes de Compra de Senegocia.com serán Firmadas Electrónicamente"
- **SAP y Senegocia**
firman alianza estratégica para potenciar soluciones al B2B en Chile y Argentina.

se innova

Establezca acuerdos de precios

- Haga su propia comunidad de proveedores con ;sn marketplace!
- Administre los pedidos al interior de su empresa con ;sn pedidos!
- Controle los Acuerdos Marco con sus proveedores: ;sn acuerdo!
- Cotice a sus proveedores y a los de se negocia con ;sn cotiza!
- Licite sus compras y acuerdos marco usando ;sn licita!
- Integre su plataforma de compras por Internet a su sistema informático con ;sn integra!
- Infórmese de la gestión de sus compras con ;sn audita!

País CHILE

Usuarios Registrados

Usuario

Contraseña

Entrar

[¿Olvidó su contraseña ?](#)

Financiamiento en Línea

en \$4 Horas

senegocia Libre

CONEXION INTERNET

Error en la página.

Internet

B2B Business to Business Senegocia.com (2)

- Fundado en abril del 2000.
- Senegocia.com es una empresa desarrolladora y operadora de marketplaces para empresas.

B2B Business to Business

Senegocia.com (3)

- A través de Senegocia, los proveedores pueden acceder a un mayor número de clientes con mayor eficiencia y a un menor costo.
- Senegocia.com ha logrado establecer una comunidad virtual que abarca alrededor de 40.000 empresas en Chile, Argentina y Perú.
- En Senegocia.com se genera una cotización cada 7 segundos y cada 8 minutos se inscribe un cliente nuevo. A la fecha se han hecho más de 1.700.000 cotizaciones.

B2B Business to Business

¿Por qué el éxito de Senegocia.com?

- Ahorro de costos
- Rapidez,
- Variedad,
- Transparencia,
- ... entre otros.



Otros Marketplaces B2B en Chile

- Ejemplos Horizontales:
 - Artikos
 - Senegocia
 - Merconet
 - El Panal
- Ejemplos verticales:
 - Quadrem
 - Iconstruye
 - Mercadotextiles
 - 123Agro
- Compraschile

Estado del B2B en Chile en general

- Marketplaces con bajo nivel de actividad.
 - Pocos clientes y volúmenes.
 - Funcionalidad
 - Manejo comercial deficiente
 - Muy lejos de las expectativas de sus socios.
- Escasa integración con procesos de negocio
 - Funcionalidad muy baja.
- Soluciones B2B de conexión directa en grandes empresas.

Tendencias y desafíos

¿Hay un espacio para el comercio electrónico B2B?

¿Cuáles son los factores críticos de éxito?

¿Son alcanzables los beneficios alguna vez planteados?

¿Usabilidad?

Visión

- “Mientras técnicamente la televisión puede ser factible, comercial y financieramente considero que no debemos gastar tiempo soñando en su desarrollo”
 - Lee DeForest, Inventor Americano
- “Respecto del teléfono, puedo visualizar un futuro en que cada ciudad en América tendrá uno”
 - Alcalde de Dallas, 1890
- “No hay una razón por la cual alguien compraría un computador para su hogar.”
 - Atribuido a Ken Olsen, presidente, chairman y fundador de Digital, 1977

Recopilación desarrollada por Roberto Musso, 1998

¿Por qué han tenido dificultades los proyectos B2B?

- No se ha alcanzado la masa crítica de empresas.
- Falta de foco en servicios que generen beneficios
 - Apuntar a los procesos de negocio.
- Estrategia de introducción del concepto.
 - Esquemas comerciales que no han fomentado la liquidez.
 - Los beneficios deben ser entendidos en el mediano plazo.
 - Desarrollo conjunto entre socios de negocio.
 - Subestimar el esfuerzo de adopción
- Planes de negocio no realistas.
 - Subestimación de la complejidad comercial, técnica y de proceso.
- Tecnología
 - Madurez, Integración, flexibilidad
 - Estándares en desarrollo.
 - ...ha faltado simplicidad.

¿Hay futuro para el B2B?

- Sus bases son sólidas.
- Sus beneficios potenciales son importantes.
- Es necesario entender la complejidad y los tiempos asociados.
 - Proyectos de mediano plazo.
- Reenfocar las estrategias comerciales y las proyecciones de negocio.
 - Beneficio principal debe ser capturado por las empresas que hacen negocios.
 - Costo ligado al valor en monto y tiempo.
- Foco en los mercados verticales concentrados y en las relaciones consolidadas entre socios de negocio.
- Desarrollo de estándares y tecnologías que promuevan la simplicidad.

B2C



B2C Business to Consumer (1)

- Esta modalidad de e-commerce , es sin lugar a dudas la más promocionada.
- Apunta, a los consumidores finales, y es a través de los medios masivos de comunicación como se llega a ellos.
- **Un ejemplo argentino de B2C:** Garbarino una empresa real, con un sitio de e-commerce

B2C Business to Consumer (2)

www.garbarino.com.ar

www.garbarino.com.ar

GARBARINO
GARANTIA DE CONFIANZA

HOGAR PEQUEÑOS FRIO-CALOR COMPUTACION AUDIO TV Y VIDEO CUIDADO PERSONAL

Buscar Busqueda avanzada

MI CARRITO Tu carrito está vacío

Bienvenido
- Mi Cuenta
- Nueva Cuenta

SOLO POR HOY

EXCLUSIVO DE INTERNET

LAVARROPAS CWR 600
cod 19221

Consul

Capacidad: 5,5kg. 3 programas de lavado. Velocidad de centrifugado: 750 rpm. Media carga. Fácil programación. Filtro autolimpiante.

\$729,00

OFERTA GARBARINO



PEDIDO GUIADO

No te pierdas el

Sólo por Hoy



Listas de Casamiento GARBARINO



B2C Business to Consumer (3)

Empresas .com

- Dentro de la modalidad B2C se encuentran los negocios puramente virtuales.
- Compañías que nacieron en Internet y que no tienen presencia en el mundo real.
- El ejemplo más paradigmático:

Amazon.com

B2C Business to Consumer (4)

Amazon: El libro en Internet



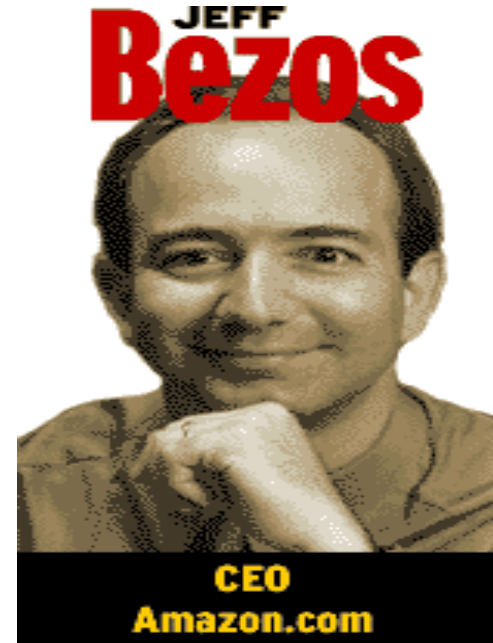
*Jeff Bezos is the founder and
CEO of Amazon.com Books.*

- A principios de los noventa, Jeffrey Bezos, trataba de encontrar una forma de utilizar Internet para fines comerciales.
- Bezos, era VP del Bankers Trust Company, New York

B2C Business to Consumer (5)

Amazon: El libro en Internet

- En 1994, Jeff Bezos dejó su trabajo y se trasladó a Seattle.
- Utilizó su experiencia en la bolsa de NY
- Para asombro de todo el mundo, recibió una lluvia de millones US\$.
- Marcó el inicio de lo que se ha llamado "La economía *dot com*".



"Soy el memetoentodo Principal, hago todo tipo de cosas diferentes"

B2C Business to Consumer (6)

Amazon: El libro en Internet

- En 1995, Amazon inició operaciones en su sitio web www.amazon.com
- En 1996 tuvo una pérdida de US\$ 767,000, mientras que para 1997 eran de US\$ 6,7 MM
- Sin embargo, en el segundo trimestre de 1997 las ventas ascendieron a US\$ 27 MM, en comparación con solo US\$ 2 MM para esa misma época del año pasado (1350%)
- En 1998 las pérdidas fueron de US\$ 22 MM

B2C Business to Consumer (7)

Amazon: El libro en Internet

- 1996, Amazon tenía más de 2.000 visitantes al día.
- En 1997 tenía 50000 por día, es decir creció un 2500% en visitas.
- En diciembre de 1999, la revista Time nombraba a Jeff Bezos Personaje del Año y lo proclamaban como "**el rey del cibercomercio**".

Paradójicamente

Ese, año la empresa perdió **US\$ 187 MM**

B2C Business to Consumer (8)

Amazon: El libro en Internet

- Estaban consolidados gigantes como:
 - **Barnes & Noble,**
 - **Borders,**
 - **Books-A-Million y**
 - **Crown.**
- Operaban unas 800 superlibrerías y controlaban casi el 50% de todas las ventas en librerías.
- 50,000 títulos al año, sin contar los que estaban publicados de años anteriores. Era mucha información

B2C Business to Consumer (9)

Amazon: El libro en Internet

- En teoría, vio que que una librería “virtual” podía ofrecer todos los libros que estaban a la venta.
- Era un gigantesco río de texto, de ahí el nombre de **Amazon**, por el río Amazonas.
- Necesitaba que el nombre de su marca adquiriera importancia junto a B&N y Borders.
- Los gigantes tenían grandes ventajas, pero tarde o temprano recurrirían a Internet.

B2C Business to Consumer (10)

Amazon: El libro en Internet

- Por ello visualizó un negocio grande desde el principio.
- Amazon, **no tiene libros** en sus dependencias, es solo un intermediario.
- Los clientes pagan US\$ 3.00 por pedido más US\$ 0.95 por cada libro enviado

B2C Business to Consumer (11)

Amazon: El libro en Internet

- En el 2002, perdió US\$ 142 MM.
- 2003, fue el año de “**números en azul**”, con una ganancia después de impuestos por US\$ 35 MM
- Durante todo el tiempo sus ventas eran sólidas, pero sus gastos eran mayores; Jeff Bezos estaba construyendo un imperio.

Ahora...

El imperio está construido, y la empresa se limitará en el futuro a vender, vender y vender, y ganar, ganar y ganar dinero

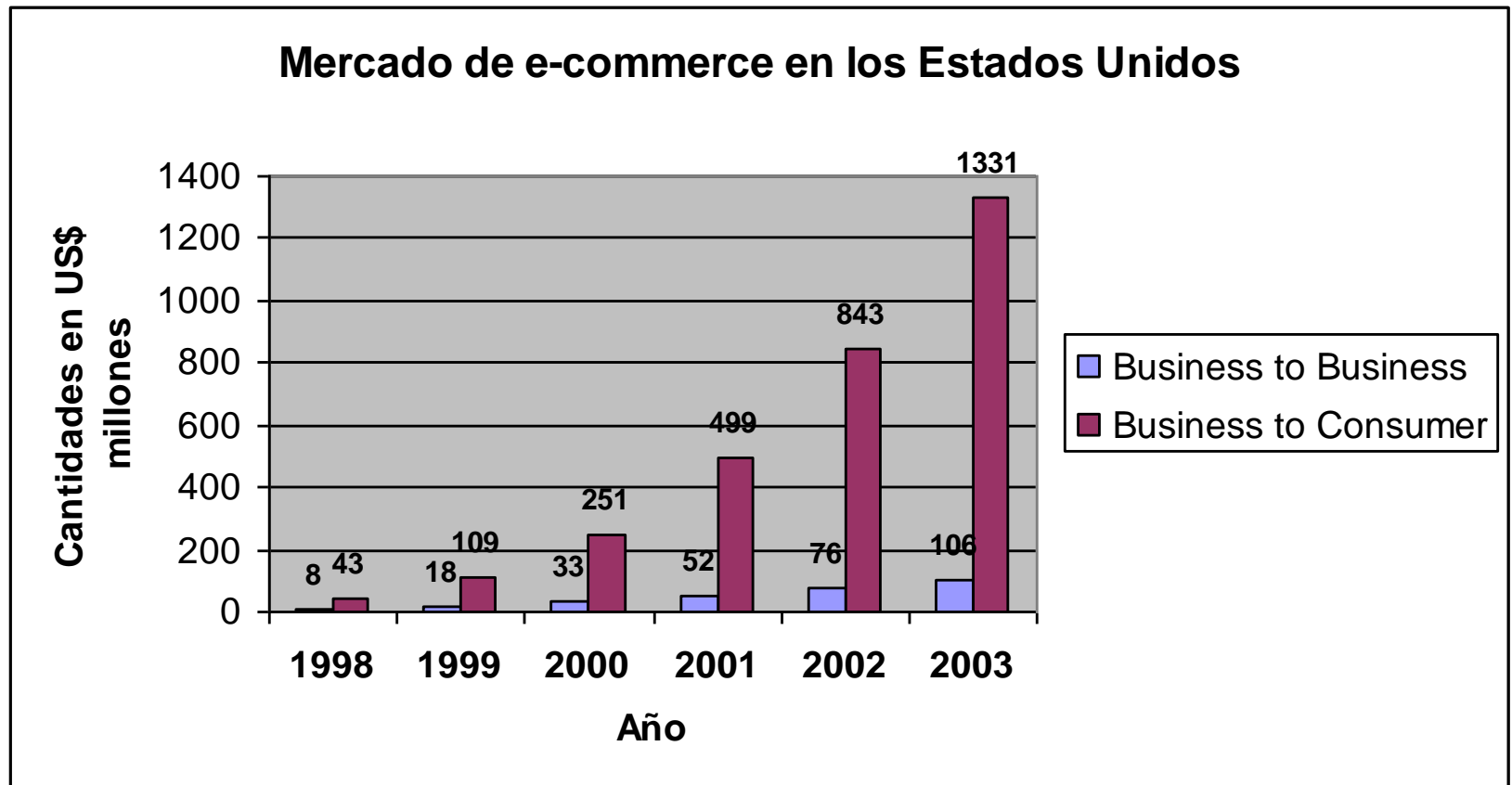
B2C Business to Consumer (12)

Amazon: Ejemplo paradigmático

The screenshot displays the Amazon.com homepage with the following elements:

- Top Navigation:** Includes the Amazon logo, a shopping cart icon with "VIEW CART", a "WISH LIST" link, a "YOUR ACCOUNT" button, and a "HELP" link.
- Category Navigation:** A horizontal bar with buttons for "WELCOME", "YOUR STORE", "BOOKS", "APPAREL & ACCESSORIES", "ELECTRONICS", "TOYS & GAMES", "MUSIC", "VIDEO", and a "SEE MORE STORES" button.
- Secondary Navigation:** A blue bar with buttons for "INTERNATIONAL", "TOP SELLERS", "TODAY'S DEALS", and "SELL YOUR STUFF".
- Personalization:** A yellow banner with the text "Hello. Sign in to get [personalized recommendations](#). New customer? [Start here](#)." and a "Shop Jewelry & Wa" link.
- Search Section:** A blue box labeled "SEARCH" with a dropdown menu set to "All Products", a search input field, a "GO!" button, and text about "FREE Super Saver Shipping on orders over \$25!" with a link to "Restrictions apply".
- Web Search Section:** A blue box labeled "WEB SEARCH" with a search input field, a "GO!" button, and the text "Powered by Google".
- Browse Section:** A blue box labeled "BROWSE" with a "Featured Stores" section listing "Health & Personal".
- Visa Card Promotion:** A banner titled "Get the Amazon.com Visa® Card Instantly!" with the text "Get your card instantly and **Save \$30** today!" and a "Find out how" button. It features an image of the Amazon.com Visa Platinum card.
- Polo Ralph Lauren Sale:** A banner titled "Polo Ralph Lauren Last Chance Sale" with a Polo logo, the text "Enjoy generous savings of up to 70% on winter styles for men, women, and children.", a "Shop the sale" link, and the text "Free Shipping from 70+ Apparel Sellers".
- Presidential Candidates:** A box titled "Presidential Candidates" with the text "Use Amazon 1-Click [make a contribution](#)" and "Easiest way to make small contributions \$5 to \$200."
- Get \$50 Off Photo Bundle:** A box titled "Get \$50 Off Photo Bundle" with an image of a photo album, the text "Save \$20 the [Adobe Photoshop Elements](#) and an additional \$: mail-in rebate.", and a link to "Photoshop Album by".

Mercado de e-commerce en los Estados Unidos



C2C



C2C Consumer to Consumer

- Han proliferado los sitios que establecen relaciones comerciales entre consumidores.
- Debido a las inmensas posibilidades de comunicación y contactos que ofrece Internet.

C2C Consumer to Consumer

La prueba más feaciente son los sitios de remates, en donde la oferta de los productos y la compra de los mismos es realizado por personas.

C2C Consumer to Consumer

A nivel de latinoamérica tenemos...

DeRemate.com y mercadolibre.com



C2C Consumer to Consumer: Ebay.com

Es el site de remates más grande del mundo

The screenshot shows the eBay.com homepage. At the top is the eBay logo and a navigation bar with links: [home](#), [pay](#), [register](#), [sign in](#), [services](#), [site map](#), [help](#). Below these are buttons for [Browse](#), [Search](#), [Sell](#), [My eBay](#), and [Community](#). A "Powered By IBM" logo is also present. A blue banner reads "Welcome to eBay" with icons for watches, a bell, a camera, and a person. A button says "eBay Members Click Here". Below the banner, it says "Buying new items, brand names, and collectibles on eBay is simple. Here's how it works..." with a "Live help" link. The main content area has a search bar with the text "What are you looking for?" and a "Search" button. Below the search bar are links for "Search Tips" and "How to Search". There is a "Browse for an item" section with a dropdown menu "Select a category..." and a "Go" button. Below this are links for "Specialty sites: eBay Motors | eBay Stores". An orange box contains a lock icon and the text "You must register to bid or buy. It's fast, easy, and free!". Below this box are a "Register Now" button and a "How to Register" link. At the bottom, under "Registration Benefits:", there is a list: "Personalized shopping page" and "Your favorite saved searches".

home | pay | register | sign in | services | site map | help ?

Browse Search Sell My eBay Community Powered By IBM

Welcome to eBay

eBay Members Click Here

Buying new items, brand names, and collectibles on eBay is simple. Here's how it works... Live help

What are you looking for?

Search

[Search Tips](#) [How to Search](#)

Browse for an item

Select a category... Go

Specialty sites: [eBay Motors](#) | [eBay Stores](#)

You must register to bid or buy. It's fast, easy, and free!

Register Now [How to Register](#)

Registration Benefits:

- Personalized shopping page
- Your favorite saved searches

C2B



C2B Consumer to Business

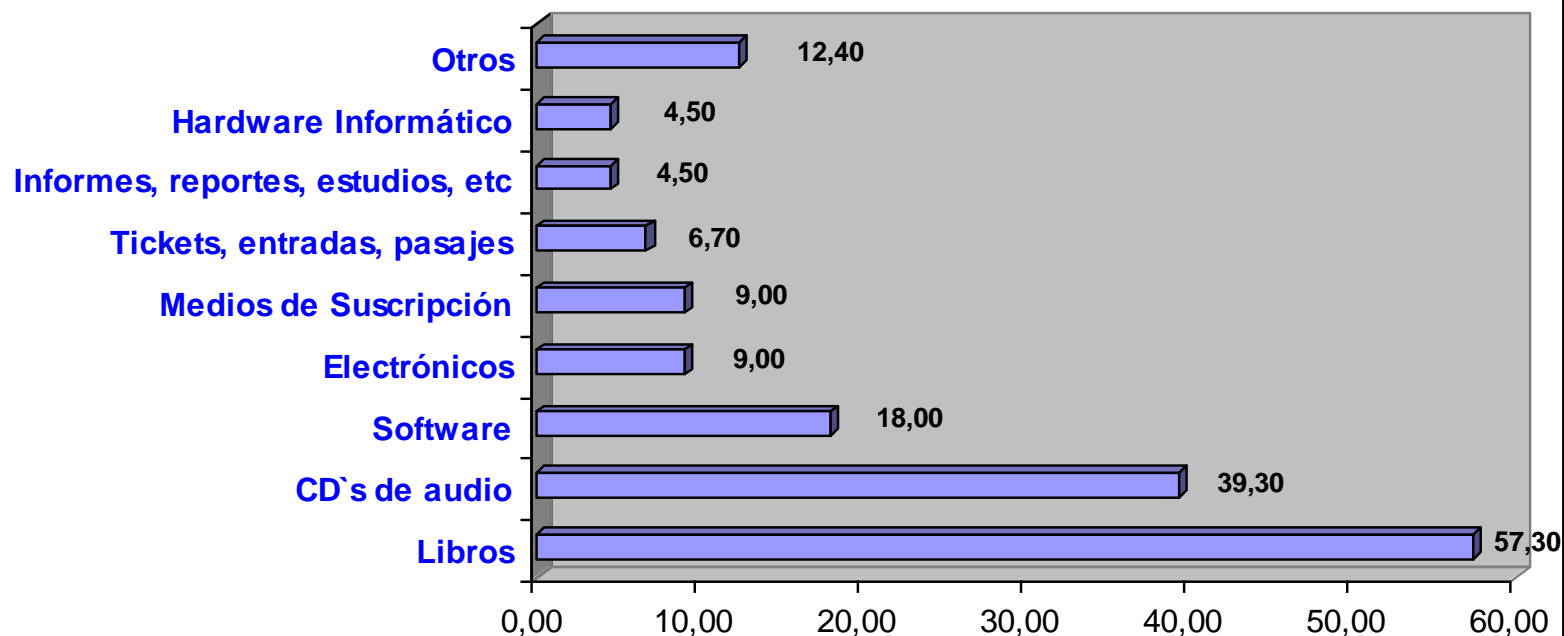
- Al igual que en el caso C2C, las grandes ventajas que ofrece Internet hacen posible que muchos usuarios se pongan de acuerdo para realizar una compra en grupo a una empresa

Como es sabido...

- A mayor cantidad de artículos comprados, mejores serán las condiciones de compra.
- Por ese motivo, existen sitios que ofrecen esta posibilidad, como Agrupate.com

¿Qué se vende por Internet?

Artículos comprados por Internet

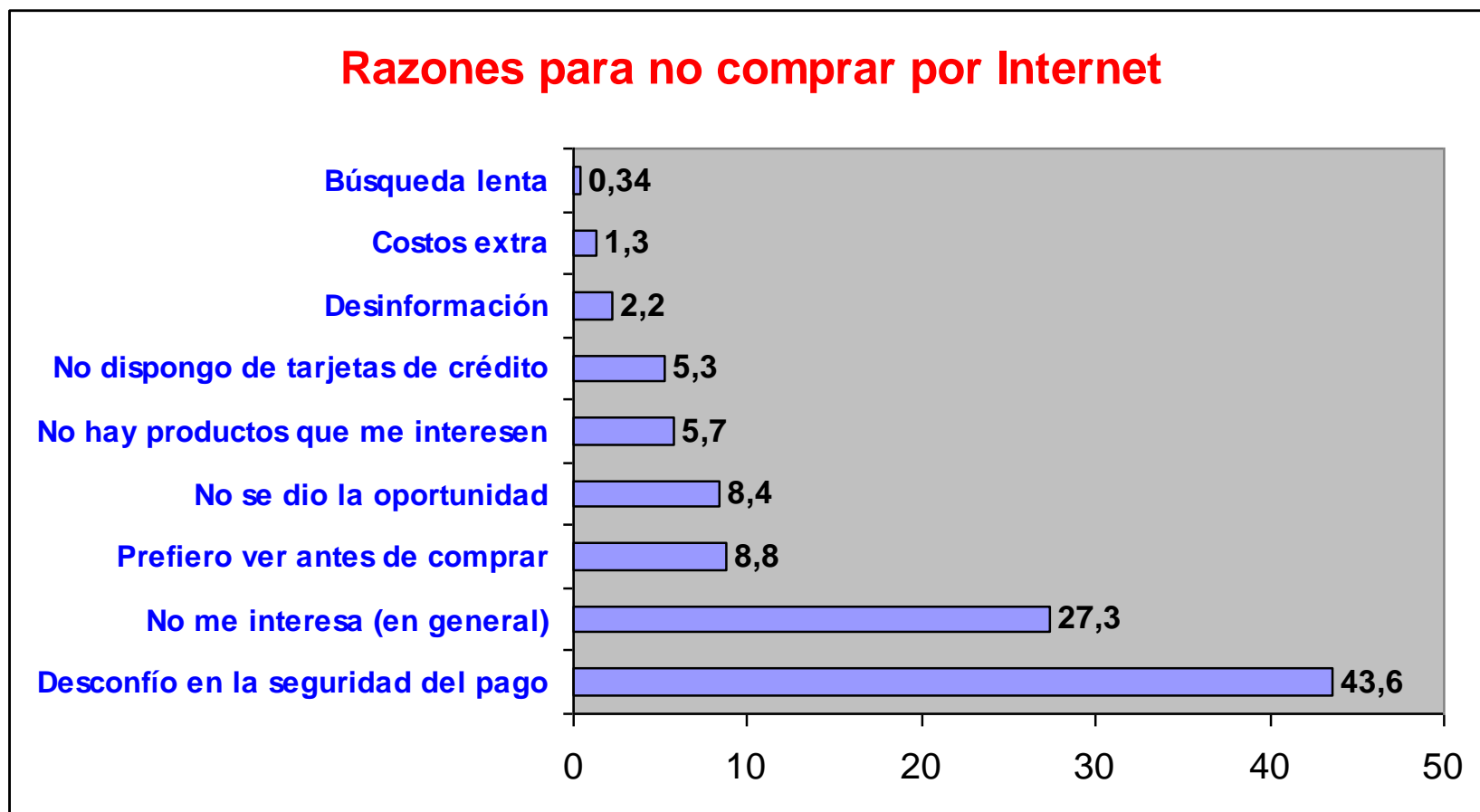


¿Por qué la gente no compra por Internet?

- Tan importante como conocer por qué y qué cosas compra la gente por Internet, es saber por qué no usa la Red como herramienta de compra.
- ◆ Estudio de la consultora Prince & Cooke, arrojó lo siguiente...



¿Porqué la gente no compra por Internet?



El mercado latinoamericano

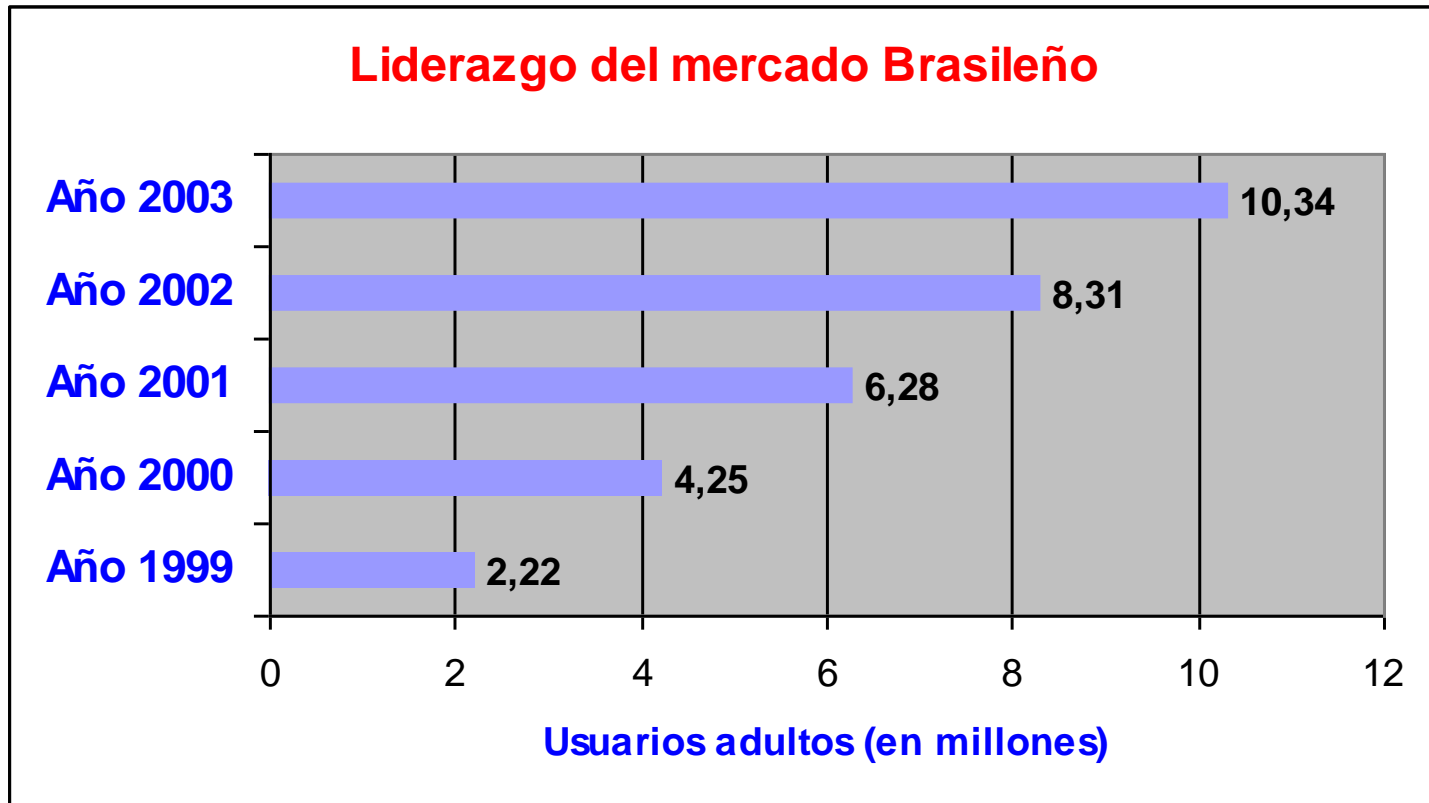


Expansión del mercado latinoamericano

- La primera etapa de expansión de los principales negocios de e-commerce es el mercado latinoamericano.
- Se destaca nítidamente Brasil, donde superó mas de 10 millones de usuarios conectados para el 2003.
- Lejos, le siguen México y la Argentina, y luego el resto de países de la región

Expansión del mercado latinoamericano

Estudios realizados por la consultora Emarketer.



Los usuarios adultos entre 1999 y 2003 crecieron en **470%**

Preferencias del mercado latinoamericano

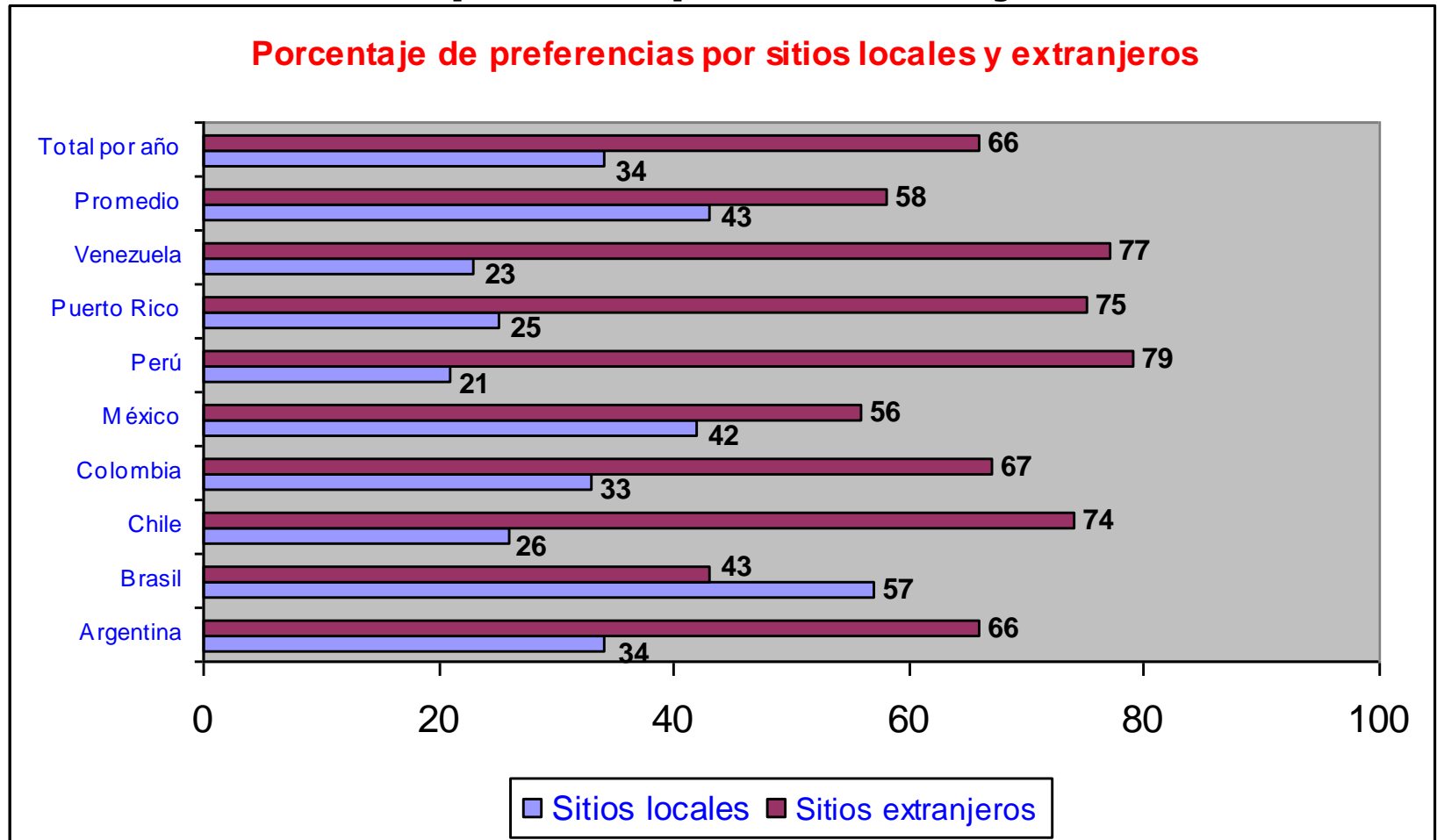
- Para definir la estrategia a utilizar en cada país en particular, se deben tomar en cuenta las costumbres particulares de los usuarios.

Por ejemplo en Chile:

- El tostador de pan

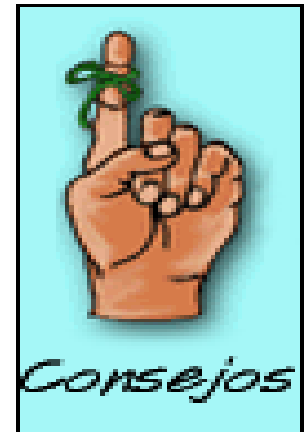
Preferencias de los latinos por sitios locales y extranjeros

Estudio realizado por la empresa IDC Project Atlas



Preferencias del mercado latinoamericano

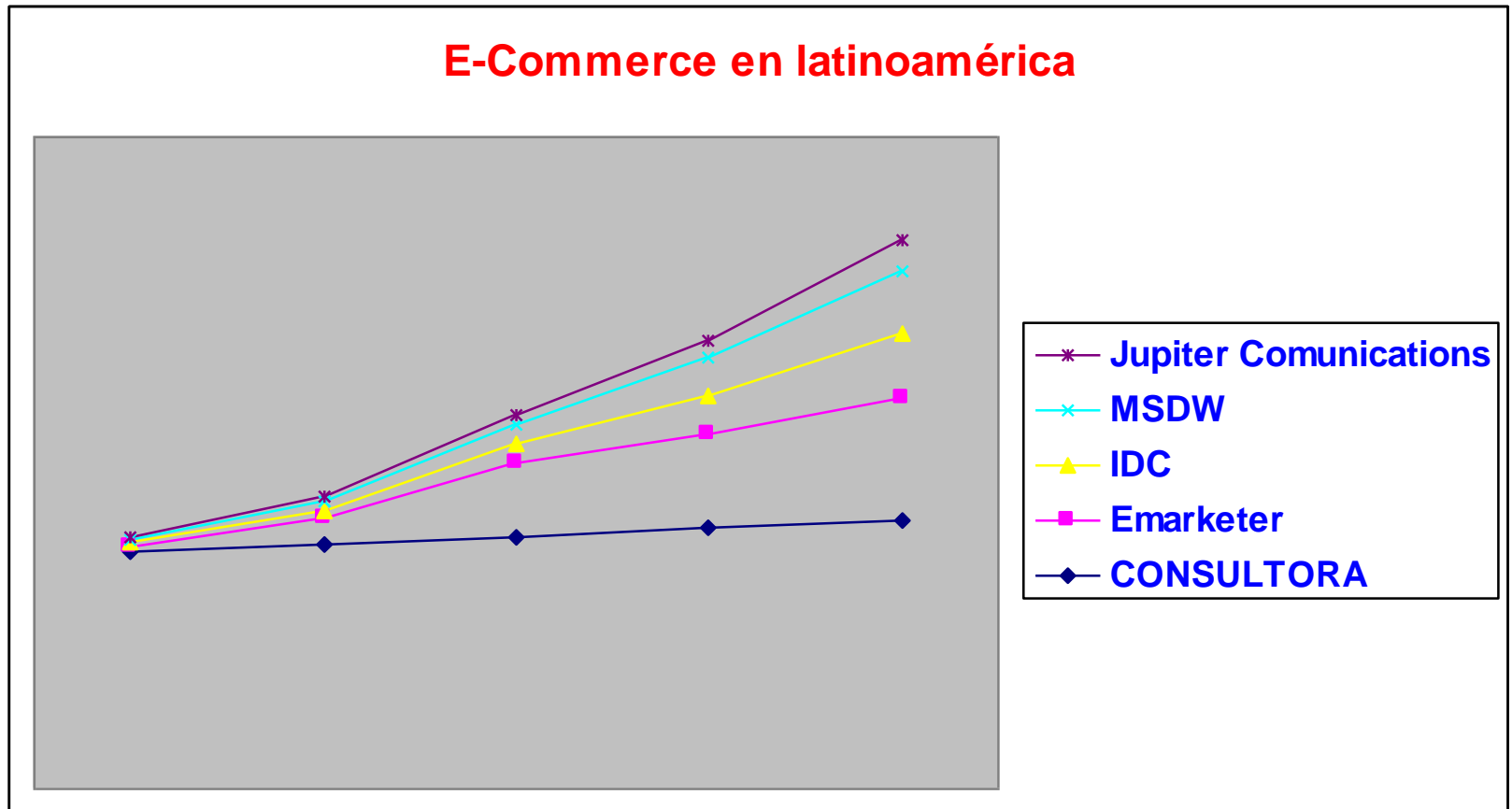
- Si queremos posicionar nuestro sitio en el Brasil, sería importante cambiarle el nombre.
- **Por ejemplo:**
 - En el Brasil DeRemate.com se llama ARremate.com



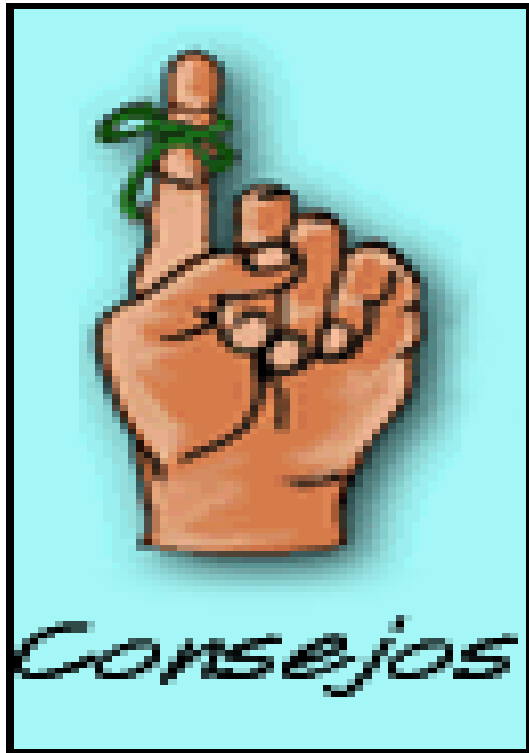
Comportamiento del E-commerce en latinoamérica

E-COMMERCE EN LATINOAMERICA (US\$ MILLONES)					
CONSULTORA	1999	2000	2001	2002	2003
Emarketer	0,74	3,2	8,88	11,67	15
IDC	0,459	1,059	2,39	4,649	8,021
MSDW	0,41	1,101	2,373	4,478	7,631
Jupiter Comunications	0,194	0,537	1,16	2,19	3,738

Comportamiento del E-commerce en latinoamérica

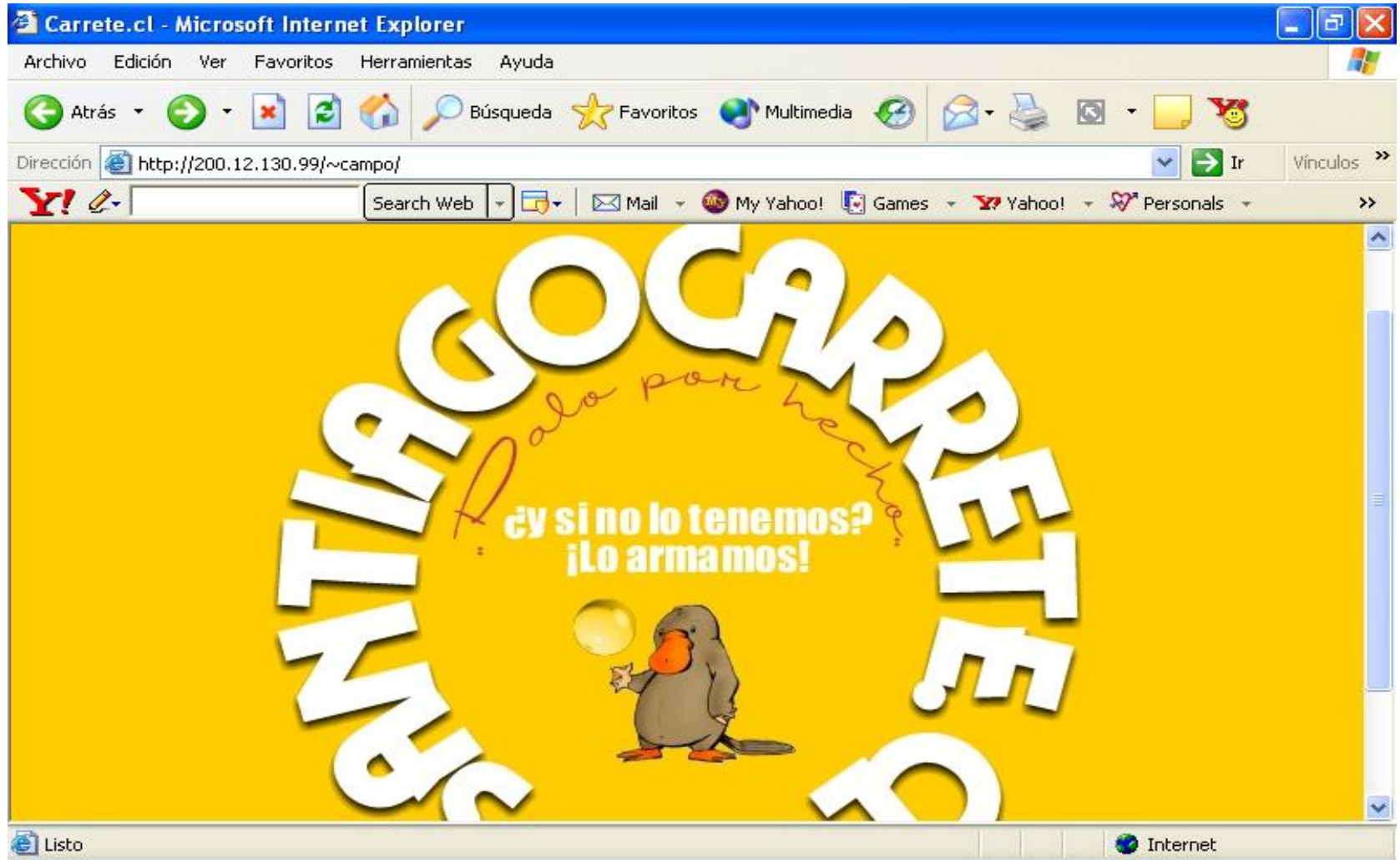


Consejos para que el negocio crezca



- Encontrar un nicho competitivo.
- Cuidar el diseño.
- Realizar un mantenimiento del negocio.
- Ver constantemente a la competencia.
- Mejorar siempre los servicios al cliente

Finalmente...emprender



Curso: “Aplicaciones de E-Business”

Clase 02

Profesor:

Gerardo Cerda Neumann (gcerda@ucinf.cl)