Negocios en la Web

Actividad N°1.1 [Mercado Latino Americano E-Commerce]

Iván David Valderrama Corredor

Luis Hernando García Pinzón

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Facultad de Ingería

Ingeniería de Sistemas y Ciencias de la Computación

Santiago de Cali

2018

Índice

Portada--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------Pg. 1

Índice-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------Pg. 2

Introducción--------------------------------------------------------------------------------------------------------------Pg. 3

Cuerpo del Desarrollo-----------------------------------------------------------------------------------------------Pg. 3-5

Conclusión----------------------------------------------------------------------------------------------------------------Pg. 6

Bibliografía---------------------------------------------------------------------------------------------------------------Pg. 7

Introducción

Como nos define Margaret Rouse [2012][Y1] “ El e-commerce (electronic commercer o EC) o “comercio electrónico” se define como la compra y venta de bienes y servicios, los cuales son diligenciados por medio de internet. Ya sea del tipo (btb) empresa a empresa, (btc) empresa a consumidor, (ctc) consumidor a consumidor o de consumidor a negocio”. En este ensayo trabajare acerca del e-commmerce, que son los Marketplace y como se han incrementado la cantidad de usuarios de internet y consumidores de distintos servicios que la web nos brinda en Latinoamérica.

Según una encuesta realizada por ComScore,Inc. E IMS (Internet Media Services) [2015][P1] aplicada a 6 países de la región, entre ellos Colombia, Brasil, México, Argentina, Perú y Chile. “9 de cada 10 personas conectadas a internet en América Latina tienen un smartphone, del cual 66% de las personas que tienen smartphone hicieron compra desde sus dispositivos dentro de los últimos 6 meses. Chile y Brasil son los países con mayor cantidad de compras realizadas desde tablets, 85% de los Argentinos utilizan sus dispositivos móviles para visitar sitios de redes sociales regularmente. “

En el eCommerce Report Marcos Pueyrredon[2016][P2] nos habla de que en la “actualidad estamos viviendo en una constante evolución ya que nos encontramos en el auge de la tecnología, cada año más y más productos móviles salen al mercado permitiendo que mas personas lleguen a la internet, se estima que para el 2018, 84,900 millones de dólares habrán sido transaccionados por internet B2C retail (Empresas con consumidores)”, Mariano Gomide de Faria [2016][P2] dice que el comercio electrónico en América se debe enfocar en todo aquello que los consumidores buscan en una tienda offline, “El producto adecuado a través de una experiencia de compra inigualable” . En este articulo nos introduce un concepto llamado “Marketplace” el cual es un lugar (físico/virtual) donde se juntan varias empresas con el fin de dar a conocer sus productos y venderlos.

Los fuertes de cada uno, según Monica Marful [2016][Y2] son los siguientes:

Marketplace:

Confiabilidad para el cliente, por ejemplo Amazon, una persona que ingresa a este Marketplace se siente confiado debido a que sabe que en este caso Amazon responderá por cualquier suceso inesperado, protección del Marketplace para la empresa debido a que como el intermediario siempre es el Marketplace, el responderá por cualquier fraude que pueda cometer el cliente.

E-Commerce:

No tienes competencia, mucha más margen de beneficio debido a que no se pagan comisiones, como comisión por venta de producto, etc..

También cabe mencionar algunas de las desventajas planteadas por Susana Maria Urbano [2017][Y3] acerca del e-commerce

“La competencia es mucho mayor ya que cualquiera puede poner en marcha este tipo de negocios, existen consumidores que prefieren ver el producto antes de comprarlo y desconfían de los pagos en línea, no todos los productos pueden venderse en línea con la misma facilidad, los gastos de envío pueden resultar muy caros cuando el volumen es pequeño, fidelizar a un cliente es bastante difícil por la amplia gama de competencia, la seguridad del sitio puede dar muchas dudas a los clientes potenciales y por último los consumidores quieren el mejor precio y el mejor servicio y es difícil conseguir ambos siempre.”

Según un estudio realizado por the cocktail analysis [2016][P3]” los respectivos porcentajes de servicios y productos que emplean los compradores online en Colombia, Se dividen de la siguiente manera:

En el área de productos 35% de las personas optan por moda, 28% optan por electrónica, 22% optan por alimentación, 22% optan por Belleza, 16% optan por cultura, 13% optan por Decoración, 12% optan por Deportes y 12% optan por Medicamentos.

En el área de Servicios 30% de las personas optan por viajes, 23% optan por Eventos, 19% optan por telecomunicaciones, 10% optan por Banca y 5% optan por seguros.

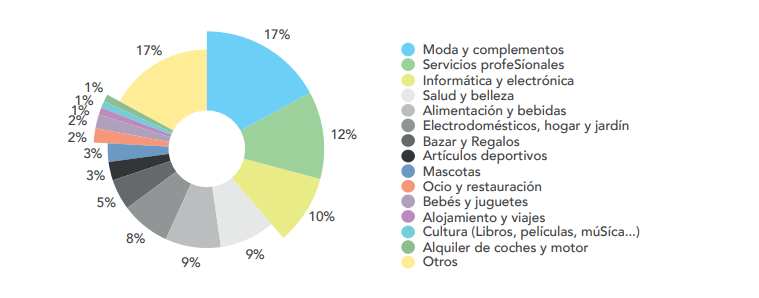
El total de compradores es del 76% mientas que el 24% de personas se cierra en la misma mentalidad de “prefiero ver los productos antes de comprar 42%, falta de costumbre 34% y No me dan confianza las formas de pago 34%””.

Según un articulo de la universidad knowledge de Pensilvania[2016][P7] destaca a Medellín como el auge de la innovación en Colombia, pues es impresionante que después de tanta violencia y trafico de drogas, Medellin tengan el titulo de La ciudad mas innovadora del año, entregado por el city y el wall Street Journal en el 2013, La sede del congreso mundial de emprendimiento en el 2016 y la feria mundial latinoamericana en el 2016.

Además en el estudio realizado por el OE (Observatorio e-Commerce)[2017][P4] podemos ver como el e-Commerce ha tenido un fuerte crecimiento en Colombia “El e-Commerce presentó un crecimiento del 17% en primer semestre de 2017 frente al primer semestre de 2016, superando el crecimiento de la economía colombiana (1,2%) para el mismo periodo de análisis.” Mediante las redes ACH Colombia, Credibanco , Redeban Multicolor y las pasarelas de pago Place to Pay, Mercado pago, Payco, PayU Transfiriendo y Payvalida.

El estudio realizado por Obeservatorio eCommerce&Transformacion Digital y EY Centro de Estudios[2017][P5] nos revela porcentajes fundamentales sobre las tiendas virtuales encuestadas.

El primer punto a tratar fue el sector al que pertenece su negocio de e-commerce.

tomado de [P5]

De los puntos trabajados, solo se resaltará el porcentaje más,

¿Qué evolución de las ventas espera en 2017? lo cual el 35% de las empresas encuestadas espera crecer más de un 10%

¿Qué evolución de su ticket medio espera en 2017?, el ticket medio es la división del total de ventas realizadas por el numero de pedidos, 35% espera crecer más de un 10%

¿Prevé aumentar su presencia en otros países en 2017?, 49% respondió que No lo prevé.

¿Prevé aumentar personal en 2017?, 52% respondió que no lo prevé

¿Prevé lanzar nuevas líneas de negocio en 2017?, 61% respondió que si

¿Prevé lanzar nuevas líneas de negocio en 2017?, 48% crecerá más del 10%

Según el artículo de mba & educación ejecutiva[2017][P6] “existen 8 tendencias de e-commerce para el 2018.

La primera tiene que ver con el entorno grafico para las dispositivos móviles, pues los estudios han demostrado que el mayor trafico de los sitios web es desde smarthpones, por lo que es bueno que la tienda online disponga de un buen entorno grafico que facilite y motive al usuario a indagar en tu tienda virtual.

La segunda, piensa en tus usuarios y sus necesidades. Esto es debido a que hoy en día los sitios web son muy elaborados y ponen el punto de expectativa muy alto, por lo que varios sitios optan por la estrategia de “user centric”

La tercera, cautiva a los clientes en redes sociales, en este punto trata básicamente de volver a tus clientes en promotores de tu marca, lo que seria una estrategia de “social commerce”.

La cuarta, clientes contentos son clientes fieles, este concepto trata de la fidelización, debido a que si un cliente se encuentra cómodo con la marca, este hace un lazo muy fuerte con la empresa, por lo que la empresa ya cuenta con un cliente el cual seguirá comprando sus productos.

Las demás son Personaliza las actividades online, Crea una experiencia de marca, Reduce costos y mejora tus tiempos de entrega; Simplifica y facilita sus procesos de pago.

Conclusión

Como vimos anteriormente el e-commerce (comercio electrónico) en Latinoamérica, es una idea muy factible debido a que el consumo de dispositivos tecnológicos en Latinoamérica va en aumento, cada año hay mas personas que son dependendientes de redes sociales, foros, páginas de información, etc.. por lo que mediante estrategias de mercadeo como social commerce, user centric, entre otras. Es muy probable llamar su atención, visiten nuestra página y hagan parte de una relación cliente-empresa hasta el punto de ser leal a la marca.

También podemos complementar nuestra idea de negocio con un Marketplace, el cual genere una idea de que es nuestra marca, cual es nuestra visión y si atrapa la atención del cliente. Además el Marketplace nos impulsa a mejorar la calidad del servicio, del producto y los más importante a generar una distinción (exclusividad) que se destaque frente a otras empresas.

Bibliografía

**Referencias bibliográficas impartidas por el profesor:**

* [P1] ¿QUÉ TAN CONECTADOS SON LOS LATINOS? ESTOS PAÍSES LIDERAN EL CONSUMO DIGITAL

<https://tecno.americaeconomia.com/articulos/que-tan-conectados-son-los-latinos-estos-paises-lideran-el-consumo-digital>

* [P2] eCommerce Report

<https://aulavirtual.javerianacali.edu.co/bbcswebdav/pid-1176626-dt-content-rid-2905588_1/courses/300ANN006-20181-VR1/eCommerce_Report_2016%281%29.pdf>

* [P3] Observatorio de compra online

<https://aulavirtual.javerianacali.edu.co/bbcswebdav/pid-1176629-dt-content-rid-2905587_1/courses/300ANN006-20181-VR1/Infograf%C3%ADa%20colombi%20on%20line.pdf>

* [P4] 4to Estudio Transacciones Digitales

<https://aulavirtual.javerianacali.edu.co/bbcswebdav/pid-1176630-dt-content-rid-2905584_1/courses/300ANN006-20181-VR1/01-%202017%20PRESENTACION-4TO-ESTUDIO-TRANSACCIONES-ECOMMERCE.pdf>

* [P5] Informe de Evolución y Perspectivas eCommerce

<https://aulavirtual.javerianacali.edu.co/bbcswebdav/pid-1176632-dt-content-rid-2905582_1/courses/300ANN006-20181-VR1/02-informe-de-evolucion-y-perspectivas-ecommerce-2017.pdf>

* [P6] 8 tendencias de ecommerce para el 2018

<https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/8-tendencias-de-ecommerce-para-el-2018>

* [P7] COLOMBIA: ¿EL PRÓXIMO PARAÍSO DEL E-COMMERCE EN AMÉRICA LATINA?

<https://tecno.americaeconomia.com/articulos/colombia-el-proximo-paraiso-del-e-commerce-en-america-latina>

**Referencias bibliográficas empleadas por mi persona:**

* [Y1] e-commerce (electronic commerce or EC)

<http://searchcio.techtarget.com/definition/e-commerce>

* [Y2] Diferencias entre E-Commerce Web y Marketplaces

<https://www.youtube.com/watch?time_continue=283&v=EfG5Pcq6Aiw>

* [Y3] ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del eCommerce?

<https://www.actualidadecommerce.com/cuales-las-ventajas-desventajas-del-ecommerce/>