

## GUÍA DE APRENDIZAJE “E-BUSINESS”

### Módulo: Aplicaciones Informáticas Para La Gestión Administrativa

Objetivo: Utilizar internet y herramientas de comunicación social para el procesamiento y difusión de información según sea necesario para la organización.

#### INSTRUCCIONES:

A partir de los contenidos que se adjuntan, guía de aprendizaje “E-BUSINESS” o Negocio Electrónico, deberá dar lectura comprensiva del texto y, de acuerdo a ella, desarrollar las actividades indicadas en su parte final.

La presente guía de trabajo, presenta contenidos relacionados con el e-business, que consiste en introducir tecnologías de la comunicación para realizar las actividades de un negocio. Es un conjunto de nuevas tecnologías y nuevas estrategias de negocio para desarrollar estos negocios en línea.

Pero no hay que confundir, e-business no es un negocio de tecnología sino un negocio de cualquier naturaleza que utiliza nuevas tecnologías de cara a mejorar la gestión.

E-business es un cambio radical en el concepto tradicional de comprar y es un efecto de la globalización de acceso a los mercados y recursos.

Este nuevo concepto recoge todo el conjunto de actividades económicas que se realizan por Internet, ya sean de compraventa de productos o prestación de servicios.

El único requisito universal para el e-business es un ordenador y una conexión a Internet.

Para reforzar el avance de sus aprendizajes, deberán desarrollar un glosario de términos relacionados con el tema, realizar un proceso de investigación y, responder un cuestionario con elementos que contiene la guía. Habrá también preguntas que ustedes, como estudiantes, deberán contestar, de acuerdo a una reflexión de lo aprendido.

Finalmente, hay algunos links de youtube que les ayudará a una mayor comprensión del tema.



## GUÍA DE APRENDIZAJE: “E-BUSINESS” (NEGOCIO ELECTRÓNICO)

Globalización: Según Thomas L. Friedman la globalización “es la integración inexorable de mercados, naciones-estado y tecnologías a un grado nunca antes visto (de tal manera que permite a individuos, corporaciones y naciones-estado llegar a todo el mundo de manera que permite al mundo a llegar a individuos, corporaciones, y naciones-estado muy lejanos, en una forma más rápida, profunda y barata”



Impacto en las empresas: En casi todas las industrias, las empresas que sobrevivirán y prosperarán en el siglo XXI serán empresas internacionales. Las empresas que no sean capaces de formular respuestas adecuadas a los retos y oportunidades de la globalización serán absorbidas por empresas más dinámicas y visionarias.

Actualmente, las TICs o Tecnologías de la Información y la Comunicación colaboran en el aumento de la productividad de las empresas, aumentando así su velocidad y rendimiento.

¿Cómo se pueden integrar las TICs a nuestro negocio?, ¿por qué una empresa debe integrar las tecnologías de la información a su modelo de negocios? Puedes revisar el siguiente video de la empresa RICOH, el cual explica cómo la tecnología ha comenzado a transformar empresas de diversas industrias y sectores y por consecuencia la economía mundial.

El impacto de la tecnología en los negocios: <https://youtu.be/84Bz8nUjbc8>

E-Business: Para Rosana de Pablo Redondo, en su libro “Negocio Electrónico, define el E-business como “cualquier proceso que una organización comercial conduce sobre canales de red gestionadas por ordenador. Las organizaciones comerciales incluyen cualquier entidad con ánimo de lucro, gubernamental, o sin fines lucrativos. El término E-business se utiliza para describir la forma de operar de aquellas empresas u organizaciones que incorporan el uso de la tecnología en sus procesos y operaciones, mientras que el comercio electrónico (e-commerce) es cualquier transacción completada sobre una red gestionada por ordenador que transfiere la propiedad, o derechos de uso, de bienes o servicios”

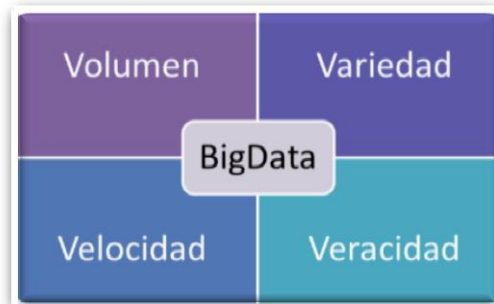
IBM, creadora del concepto de E-business, plantea cinco beneficios frente a la aplicación de las TICs en cualquier modelo de negocios los cuales repercuten en los costos y productividad de las empresas.



El uso de Internet y la globalización afectan directamente los modelos de negocios actuales. Podemos ver que cuando una empresa incorpora las TICs, no solo para sus gestiones de procesos sino también para vender (por ejemplo con el comercio electrónico) puede inmediatamente ampliar sus mercados.

La cantidad de información que las organizaciones electrónicas deben gestionar es muchísima. Todos los días el gran volumen de la información crece constantemente. Esto se conoce como Big Data.

Big Data se compone de cuatro características:



**Volumen:** la cantidad de datos. Siendo quizá la característica que se asocia con mayor frecuencia a Big Data, el volumen hace referencia a las cantidades masivas de datos que las organizaciones intentan aprovechar para mejorar la toma de decisiones en toda la empresa. Los volúmenes de datos continúan aumentando a un ritmo sin precedentes.

**Variedad:** diferentes tipos y fuentes de datos. La variedad tiene que ver con gestionar la complejidad de múltiples tipos de datos, incluidos los datos estructurados, semiestructurados y no estructurados. Las organizaciones necesitan integrar y analizar datos de un complejo abanico de fuentes de información tanto tradicional como no tradicional procedentes tanto de dentro como de fuera de la empresa. Con la profusión de sensores, dispositivos inteligentes y tecnologías de colaboración social, los datos que se generan presentan innumerables formas entre las que se incluyen texto, datos web, tuits, datos de sensores, audio, vídeo, secuencias de clic, archivos de registro y mucho más.

**Velocidad:** los datos en movimiento. La velocidad a la que se crean, procesa y analizan los datos continúa aumentando. Contribuir a una mayor velocidad es la naturaleza en tiempo real de la creación de datos, así como la necesidad de incorporar datos en streaming a los procesos de negocio y la toma de decisiones. La velocidad afecta a la latencia: el tiempo de espera entre el momento en el que se crean los datos, el momento en el que se captan y el momento en el que están accesibles. Hoy en día, los datos se generan de forma continua a una velocidad a la que a los sistemas tradicionales les resulta imposible captarlos, almacenarlos y analizarlos. Para los procesos en los que el tiempo resulta fundamental, tales como la detección de fraude en tiempo real o el marketing “instantáneo” multicanal, ciertos tipos de datos deben analizarse en tiempo real para que resulten útiles para el negocio.

**Veracidad:** la incertidumbre de los datos. La veracidad hace referencia al nivel de fiabilidad asociado a ciertos tipos de datos. Esforzarse por conseguir unos datos de alta calidad es un requisito importante y un reto fundamental de Big Data, pero incluso los mejores métodos de limpieza de datos no pueden eliminar la imprevisibilidad inherente de algunos datos, como el tiempo, la economía o las futuras decisiones de compra de un cliente.

Según la OMC, la Organización Mundial de Comercio, se entiende por Comercio electrónico “la producción, distribución, comercialización, venta y entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”. Esto quiere decir, todas aquellas transacciones o compras de bienes o servicios que se realicen a través de formatos o plataformas electrónicas e internet, utilizando también formas de pago electrónicas.

La importancia de este método es la accesibilidad que los clientes de una empresa pueden tener a los productos o servicios que ofrece la empresa, desde cualquier lugar y en cualquier momento. Aparte de esto, ¿qué más ventajas puede proporcionar el e-commerce?:

1. Ampliar la base de datos y de clientes de la empresa, de forma que puedan expandir su negocio y sus ventas.
2. Posibilita tener un horario comercial de 24 horas al día, todos los días del año gracias al entorno online. Ello puede suponer una ventaja para la empresa respecto a sus competidores ya que los clientes podrán encontrarles y acceder a ellos sin problemas, en cualquier momento.
3. Permite mejorar la comunicación y el feedback con los clientes, atender sus peticiones y preguntas. De esta forma, también se podrá generar una mayor fidelización entre sus clientes.
4. La empresa puede reducir enormemente sus costos, por ejemplo, en producción, personal o administración.
5. Es más cómodo para muchos clientes, les permite encontrar ofertas y precios más reducidos, además del ahorro en tiempo y desplazamiento.

Una empresa al momento de realizar comercio electrónico debe cuidar de qué forma hará llegar el producto comprado por el consumidor a su destino. Para esto es relevante contar con una buena logística que permita llevar el producto correcto, al lugar correcto, al momento exacto y al precio acordado para que no existan posteriores problemas.

Finalmente, hay que tener en cuenta el crecimiento que Internet y este tipo de intercambios están viviendo actualmente. Las personas cada vez confían más en esta forma de adquirir productos y servicios; además, se han creado fórmulas de compra que generan confianza entre los usuarios. Por ello, las empresas reacias a introducirse en el e-commerce pueden sufrir la posibilidad de quedarse atrás respecto a sus competidores.

## ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Actividad 1: De acuerdo al texto leído, elabore un glosario de términos o palabras que desconozca su significado, al menos 20 conceptos y, regístrelas en su cuaderno o en un archivo digital.

Actividad 2: Responda las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué entiende usted por globalización?
- b) Investigue. ¿Cómo surgió el Internet? (Cuáles fueron sus orígenes, sus creadores, su expansión, etc.)
- c) ¿Qué es el comercio electrónico?
- d) ¿Que son las TICs y cuál es su beneficio para el comercio electrónico?
- e) Señale al menos tres ventajas del comercio electrónico.
- f) Señale al menos tres desventajas del comercio electrónico.
- g) ¿Qué entiende usted por E-Business?
- h) Investigue los siguientes conceptos:
  - Firewall
  - Gif
  - Hosting
  - HTTP
  - Intranet
  - Link
  - Proxy
- i) De acuerdo a lo aprendido e investigado, elabore con sus palabras una definición del término “Comercio Electrónico” y su importancia para el contexto tecnológico actual.