

INNOVACIÓN Y NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

OPCIÓN DE GRADO
DIPLOMADO INTERNACIONAL

TEMA: INNOVACIÓN Y NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

KELLY CATHERINE BERMUDEZ VASQUEZ

ESTUDIANTE DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
X SEMESTRE

PROFESORES: HUMBERTO LIBRADO CASTILLO
RODRIGO CASTELAZO TORRES

BOGOTÁ D.C, 23 de Noviembre 2020

Tabla de contenido

Resumen	3
Palabras Claves	3
Abstract	3
KeyWords	3
Introducción	4
Desarrollo	4-8
Conclusiones	8
Referencias	9

INNOVACIÓN Y NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Resumen: Hoy en día el mundo se esta acoplando a la nueva realidad, que es los negocios electrónicos, generando un nuevo alcance y optimización en las ventas en línea, en este trabajo se comenzara hablando se la importancia que ha generado en el mundo, se hablara entorno a las ventajas y desventajas, debido a que año tras año, los negocios en línea han cogido tanta fuerza, que muchos consideran que el comienzo de una nueva manera de comprar, ya que hay un relación directa entre comprador y vendedor, donde se generara mayor interacción y así mismo se va lograr mantener una innovación día a día.

Palabras claves: negocios electrónicos, tecnología, internet, optimización, innovación

Abstract: Today the world is adapting to the new reality, which is the e-business, generating a new scope and optimization in online sales, this work will start talking about the importance it has generated in the world, talking about the advantages and disadvantages, because year after year, online businesses have taken so much strength, that many consider the beginning of a new way of buying, because there is a direct relationship between buyer and seller, which will generate more interaction and also will manage to maintain an innovation every day.

Key Words: e-business, technology, internet, optimization, innovation

Introducción: E-business o los negocios electrónicos, significa introducir nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) para realizar ciertas actividades de este. Todo esto es un conjunto de nuevas tecnologías y nuevas estrategias de negocios para que estos sean desarrollados virtualmente o en línea.

Se debe tener muy claro que no se puede confundir que el e-business, no son negocios de tecnología o venta de tecnología, si no que estos negocios incluyen la tecnología para un mejor desarrollo en sus negocios.

Los negocios electrónicos, son un cambio bastante grande en un concepto tradicional a la hora de hacer una compra, esto se debe ver como un efecto o consecuencia de la globalización al tener acceso a los mercados y recursos internacionales. Este concepto tiene una gran variedad de actividades económicas que se realizan online o por internet, ya sea a la hora de comprar o vender productos en donde se incluye también la prestación de ciertos servicios.

Desarrollo: No existen límites para ingresar a este mundo o que los negocios incursionen en el nuevo modelo de e-business, lo único que se necesita es tener un medio electrónico y conexión a internet y listo.

Existen varias ventajas, la realización del negocio electrónico se realiza de una manera bastante rápida y en pasos muy sencillos. Existe también una relación muy directa entre el cliente y vendedor y no hay ninguna necesidad de ir físicamente a los puntos de venta para realizar un negocio electrónico. Algo muy importante es que no existe ningún tipo de límite geográfico entre países ni ciudades, se ahorra también un poco más de dinero y de tiempo, existe un servicio de 24h, 7 días a la semana, 365 días al año.

Así como existen miles de ventajas a la hora de incursionar en este modelo de negocios electrónicos, existen ciertas desventajas, como el costo que se tiene al cambiar de proveedor puede ser caro a la hora de migrar a estas plataformas y la competencia puede ser demasiada y variada. Además de los negocios electrónicos o del e- business, existen otros medios que van muy de la mano de este, como el e-commerce se relaciona mucho ya que es la compra y venta de bienes por internet. El interactuar con el cliente siempre va ser el objetivo principal, ya que de esta manera se da a conocer cuales son las necesidades del consumidor y que es lo que tu negocio necesita para satisfacer sus necesidades, todo esto se puede realizar mediante encuestas, en donde más adelante se puede realizar una atención personalizada para así complementar esta atención con el cliente.

Otro claro ejemplo es la realidad aumentada, es un entorno digital que permite mezclar imágenes virtuales con las imágenes reales, y esto enriquece el entorno con información digital. Todo esto es creado con el fin de que el consumidor se sienta satisfecho a la hora de la compra de un producto, ya que se sienten mucho más cómodos primero probando un producto para así tomar la decisión de comprar este. Esta es una de las tendencias de comercio electrónico y muy importantes.

La optimización de búsqueda por voz es otra de ellas, ya que es muchísimo más fácil buscar por voz el producto que se necesita sin tener necesidad de escribir, ya que de esta manera se obtienen resultados más claros y específicos y se logra obtener un algoritmo más grande en donde a la hora de buscar cierto producto pueden aparecer más opciones de este.

Es muy importante vender el producto que el consumidor desea, pero es muy importante agregar ese punto de personalización, en donde el cliente pueda crear su producto a su mejor estilo y que sea único. Existe una gran innovación en las diferentes dimensiones del e-business, primero en la innovación de producción, en donde se cambie el producto o servicio para

ofrecerle algo mejor y diferente al consumidor. Es muy importante innovar en los productos-servicios para ofrecerle calidad, innovación y diferencia al cliente.

La innovación en el proceso es importante, se tienen que crear nuevas formas de crear y de entregar los productos y servicios a los clientes, que de alguna manera el negocio se caracterice por esa diferencia, ya que al llegar el paquete el consumidor va sentir satisfacción y de alguna manera se sienta especial y que no se vea como una compra más. Se debe tener una posición competitiva en innovar en esta, en la creación de nuevos mercados en donde el modelo de negocio se adapte y mejore los productos o servicios que este ofreciendo para incursionar en mercados nuevos o marcar la diferencia en el mercado en el que se encuentre.

Este enfoque parece ser la propuesta adecuada para analizar el fenómeno revolucionario que ha provocado Internet en la forma de realizar negocios, cambiando la relación entre los agentes.

No solo tenemos una red de comunicación global. Internet es en realidad una combinación de muchas innovaciones internas (como correo electrónico, foros electrónicos o gestión de audio y video). Estas innovaciones se integran entre sí para promover la interactividad entre diferentes agentes, el mejor uso de los canales de comunicación y, por un lado, el capital empresarial comenzó a explotar. La tecnología que puede innovar muchas empresas (como Internet) no es necesariamente la creadora de estas empresas. Hoy en día, existen muchas empresas basadas en Internet antes de la era digital. Por supuesto, si algunos nuevos negocios no cuentan con las capacidades de integración de los agentes generados por la existencia de redes de comunicación globales, no podrán desarrollarse.

En el campo de la promoción de negocios existentes, la clave para comenzar es esencialmente desarrollar mejor la comunicación institucional utilizando el potencial de Internet como medio de comunicación. Lo importante es darse a conocer, interesarse por los

productos y servicios y estar siempre frente a los clientes en la toma de decisiones, para lograr nuevas relaciones comerciales y ventas de bienes y servicios.

En el área de la transformación empresarial, es fundamental integrar el cambio en la propia organización. Por este motivo, suele ser necesario hacer una pausa y reconsiderar el proceso empresarial. A grandes rasgos, es necesario mejorar sustancialmente las operaciones internas de la organización y las operaciones con los clientes, para intentar optimizar el proceso y brindar los servicios de los agentes que interactúan con él de manera más receptiva.

Este es un mundo real lleno de virtualidad, en el que varios productores y consumidores participantes deben actuar y satisfacer las necesidades de los consumidores. Un mundo que aporta soluciones, pero también trae problemas. Las soluciones y problemas son diferentes a los propuestos hace 10 años, y definitivamente serán completamente diferentes a las soluciones y problemas que se deben considerar en los próximos 10 años. Los cambios serán permanentes.

En los últimos diez años, se ha logrado un gran progreso en acercar la oferta y la demanda a través de Internet. En la actualidad, todo el ciclo del marketing en Internet se ha resuelto técnicamente, contamos con una variedad de catálogos electrónicos, puedes elegir los productos que deseas comprar con un solo clic, y usar tarjetas de crédito como método de pago no te causará frustración. Los compradores en la era digital pueden cooperar con cadenas de agencias integradas que asocian la provisión de nuevos productos con el pago sin ninguna dificultad.

Se han resuelto eficazmente los problemas técnicos básicos que sustentan el negocio, y el dilema se ha desplazado del campo técnico al comercial, aquí el problema no está en la tecnología, sino en la disposición a adquirir agentes relevantes. Básicamente, se debe saber qué están dispuestos a comprar los usuarios potenciales. Solo así podremos determinar con mayor claridad el modelo de comercio electrónico que se utilizará.

Todos estos desafíos de marketing están fundamentalmente relacionados con el sistema CRM y se pueden resumir en una pregunta estratégica: ¿cómo aplicar las tecnologías existentes para mejorar la eficiencia y competitividad para interactuar a escala nacional e internacional? Aquellos que no puedan encontrar la respuesta correcta no podrán obtener los beneficios necesarios para sostener el mundo empresarial en un futuro próximo. La respuesta debe buscarse comprendiendo mejor a los clientes y utilizando los canales adecuados para atraerlos. En esta revolución en los métodos de producción y aprendizaje organizacional, por supuesto, las tecnologías de la información jugarán un papel importante (principalmente Internet + e-commerce), gracias a la inversión a realizar, la definición de nuevos planes de negocio o porque esta función depende de Brindar soporte técnico. Sin embargo, las tecnologías son esenciales para el desarrollo próspero de las empresas en el ciberespacio, pero no son más que herramientas para diferentes servicios de agencias interrelacionados.

Conclusión: No se debe dudar en lo absoluto que este medio es muy importante para incursionar en los negocios actualmente; los negocios por internet hoy en día nos demuestran la evolución del comercio que se está teniendo en el mundo, ya que es una manera innovadora y de fácil acceso para todo el mundo y más que todo para las empresas que quieren generar más demanda en sus negocios a nivel internacional compitiendo con grandes empresas en el mercado y así obtener una evolución comercial.

Referencias:

- <https://www.dinero.com/hablan-las-marcas/articulo/innovaciones-en-comercio-electronico/294291>
- <https://www.laopinion.com.co/economia/la-innovacion-y-el-comercio-electronico-los-nuevos-retos-de-las-empresas-132059>
- https://www.researchgate.net/publication/321038445_Innovacion_e_Internet_Estrategias_de_comercio_electronico_en_una_empresa_multilatina
- <https://informatica3grupo1.weebly.com/negocios-electroacutenicos.html>
-