



Negocio Electrónico

Tema 1. Introducción al Negocio Electrónico

Profesorado

Antonio Muñoz Gallego

amunoz@lcc.uma.es

1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

1.3. Procesos del negocio electrónico

1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE

“A modern business methodology ... to cut costs while improving the quality of goods and services and increasing the speed of service delivery.”

Frontiers of Electronic Commerce
Ravi Kalakota, and Andrew B. Whinston

“Cualquier sistema informático que implementa modelos de negocio que generan beneficios, principalmente económicos, pero también de otros tipos”

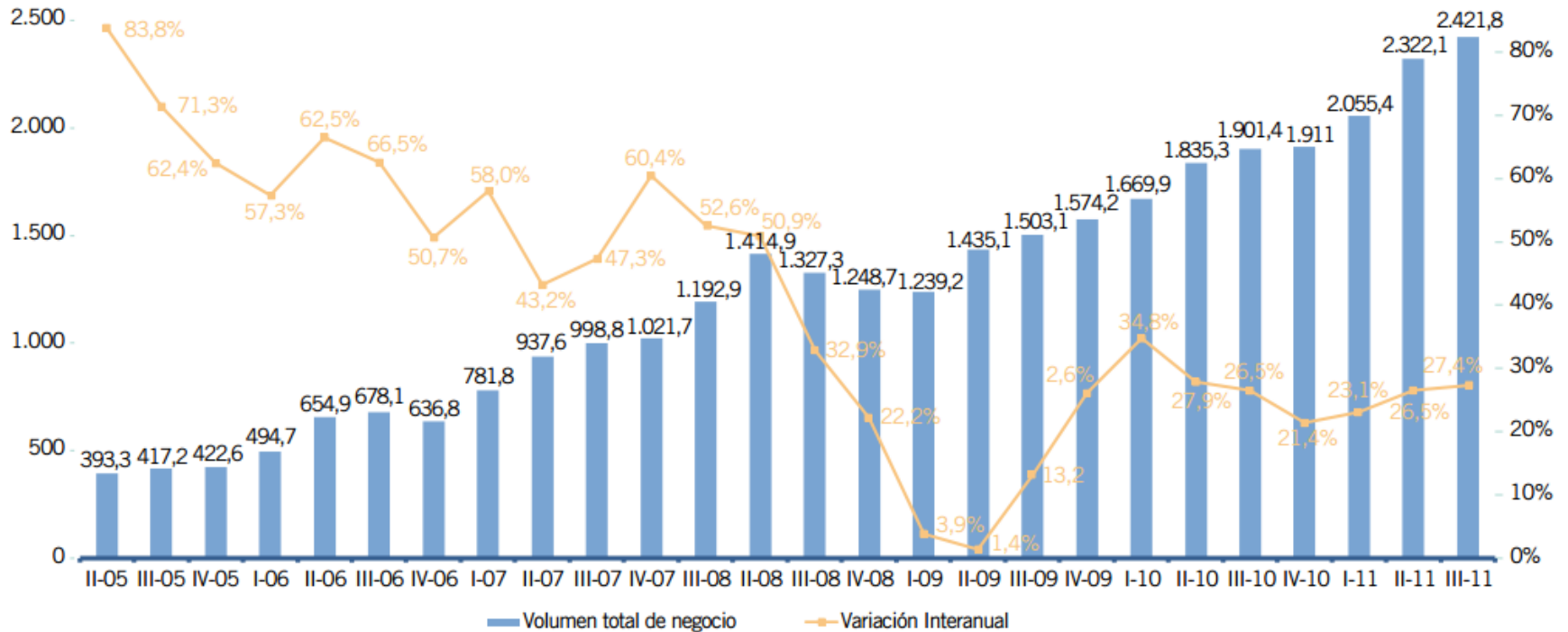
Asignatura Negocio Electrónico
UMA



“Killer Applications”

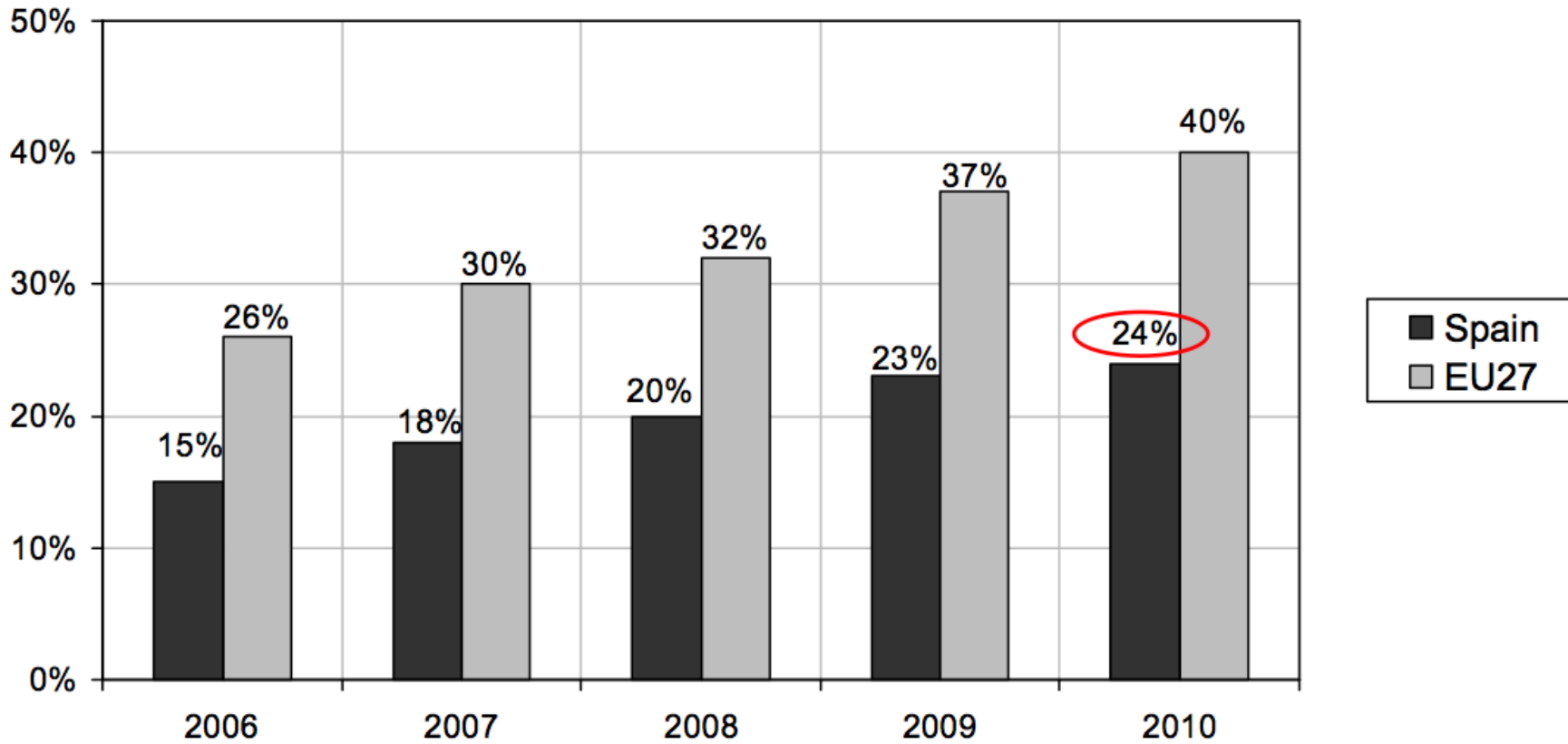
- Ticketing y pago
- Video streaming (video-on-demand)
- Messaging y Video messaging (comunicación visual)
- Location-based services
- Juegos/Apuestas (Gaming\Gambling)
- Propaganda (Advertising/Targeted Adv.)

1. EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL (millones de euros y porcentaje)



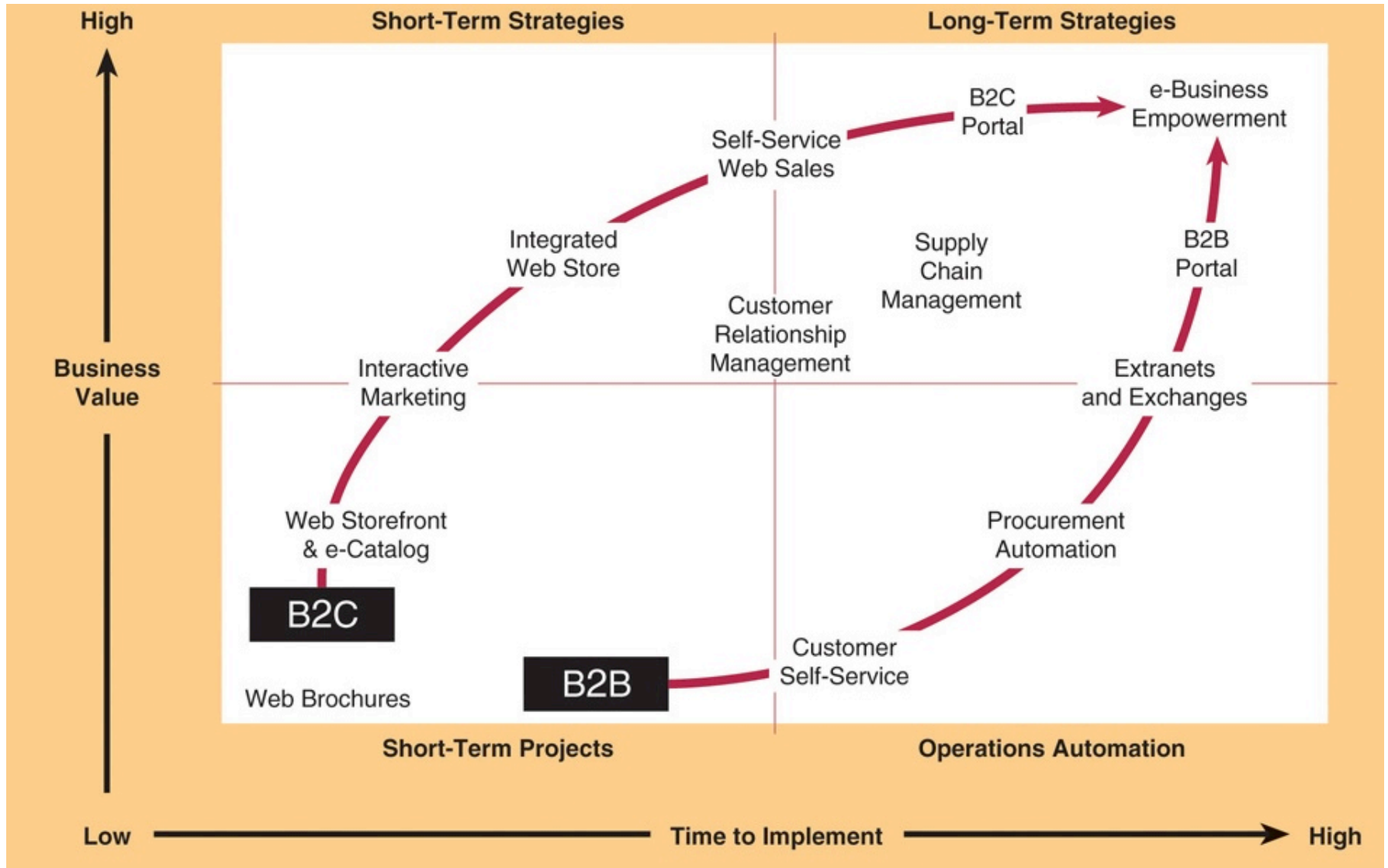
Fuente: Le E-commerce en Espagne. Benoit Gaillat

Penetration of Internet Shoppers in Spain, comp. to EU27 Average, in %, 2006-2010



Fuente: Le E-commerce en Espagne. Benoit Gaillat

Evolución por modelos



B2B e-commerce evolution



Fuente: Introducing Next-generation B2B e-Commerce

- **Transferencia electrónica de fondos (EFT-70s)**
 - Utilizado por empresas muy grandes o instituciones financieras

- **Intercambio electrónico de datos (EDI)**
 - “Electronic Data Interchange”
 - Estándar para interconexión de organizaciones
 - VANs (Value Added Networks)

1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

1.3. Procesos del negocio electrónico

1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE

- **eCommerce**
 - B2C/C2B
 - C2C/P2P
- **eBusiness**
 - B2B
 - B2E
 - Virtual Organizations
 - Dynamic Coalitions
- **eGovernment**
 - eAdministration B2A/C2A
 - eParticipation
 - eDemocracy
- **eOtros**
 - eLearning
 - Communities / Social networks
 - User/Consumer profiling
 - Socially-benefitting applications

Modelos de Negocio B2C

Portal and Search Engines	Yahoo, Google	Ads, subscriptions, fees, transactions
E-Tailer and “Clicks & Bricks”	Amazon WalMart	Sale of goods, web services
Content/Service Provider	CNN, WSJ Weather.com	Ads, subscriptions, fees, sale of services/content
Transaction Broker	PayPal	Transaction fees
Market Maker	EBay	Transaction fees, subsidiary services
Community	Match.com	Ads, subscriptions, referral fees

B2B Business Models

E-Procurement	Ariba	Fees, software licenses
E-Marketplace Provider Industry Consortia Exchanges	SAP Marketplace Covisent RubberNetwork	Fees and commissions on transactions
Hosted Services E-Learning, E-CRM E-Accounting, etc	Salesforce.com Supportforce.com Claycorporate.com	Licenses, fees for hosted services
Internet Enablers Hardware, software, payment systems, etc	Cisco	Sale of goods, software licenses, fees
Web Services Cloud Services	IBM Amazon	Software, fees

- **EC – e-commerce**
 - Canales de distribución y e-retailing
- **BI – Business Intelligence**
 - Recolección de información primaria y secundaria sobre competidores, clientes, etc.
- **ERP – Enterprise resource planning**
 - Operaciones de Back Office (pedidos, compras, facturación, control de inventarios)
- **CRM – Customer relations management**
 - Colección de todas las interacciones de puntos de contacto con el cliente integradas para identificar un perfil del cliente, su comportamiento y preferencias.
- **SCM – Gestión de la cadena de abastecimiento**
 - Coordinación de canales de distribución de productos
 - Control automático de inventarios, cuando se vende el producto al mismo tiempo se ordena al proveedor
 - Coordinación de logística integrada de abastecimiento
 - Just-in-time

1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

1.3. Procesos del negocio electrónico

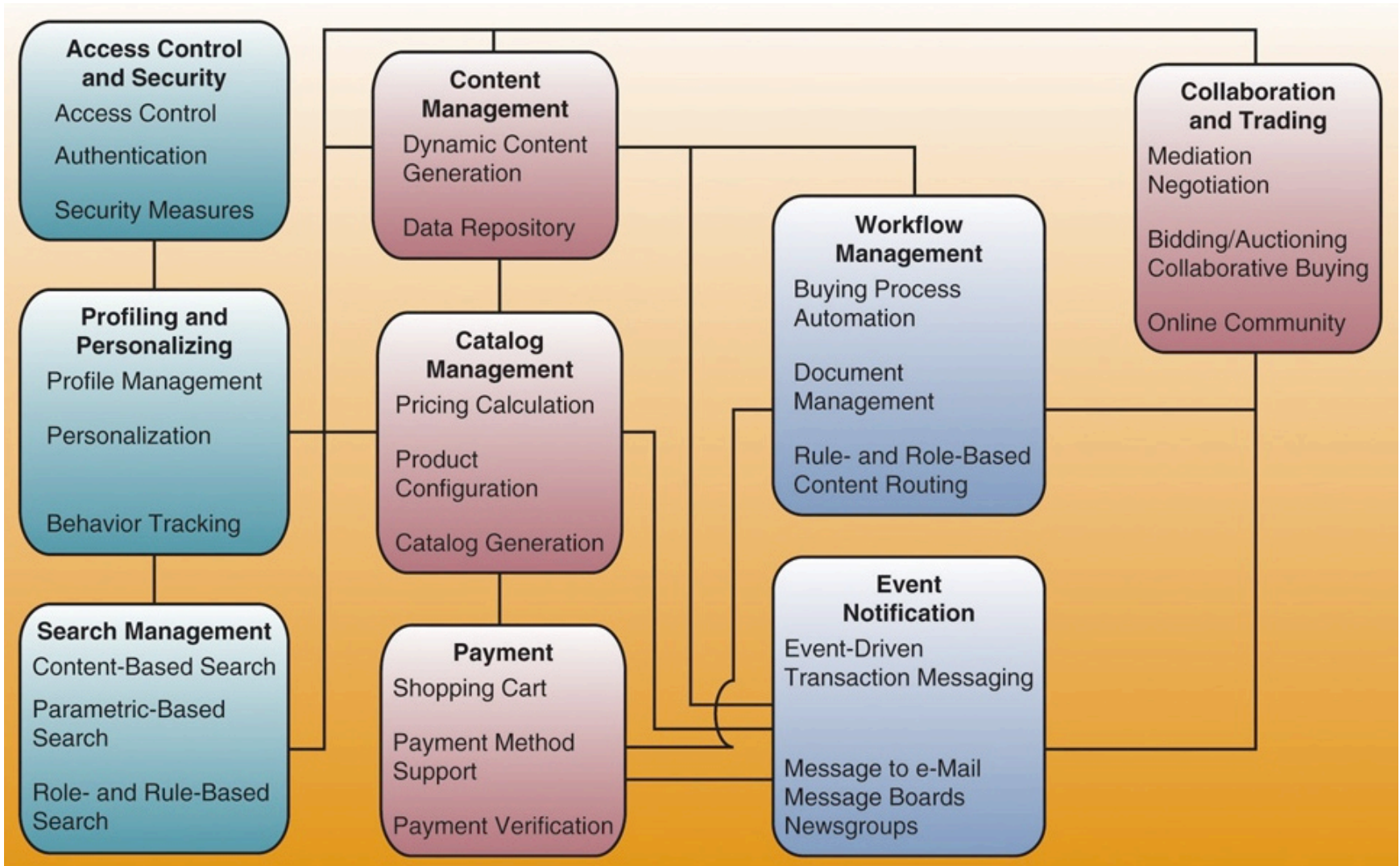
1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE

Procesos esenciales en eComercio



1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

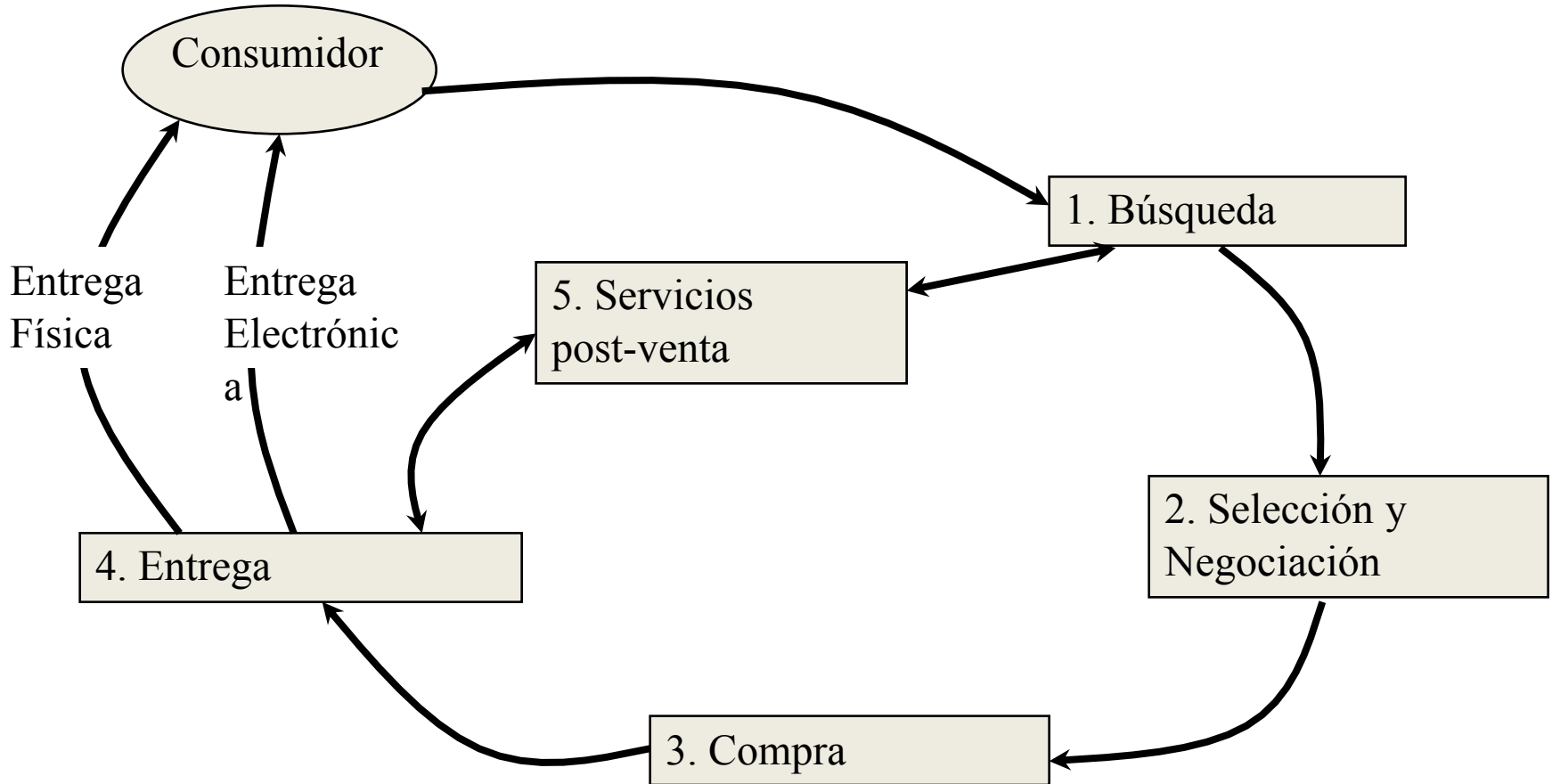
1.3. Procesos del negocio electrónico

1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE





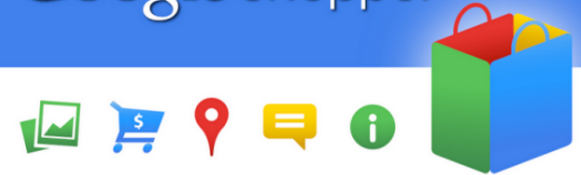
1. Búsqueda


kelkoo



Rastreator.com
Tu Comparador de Seguros

Google shopper



Fr   gle™

(Ahora Google Shopping)

 **shopzilla**

2. Selección y negociación



3. Compra

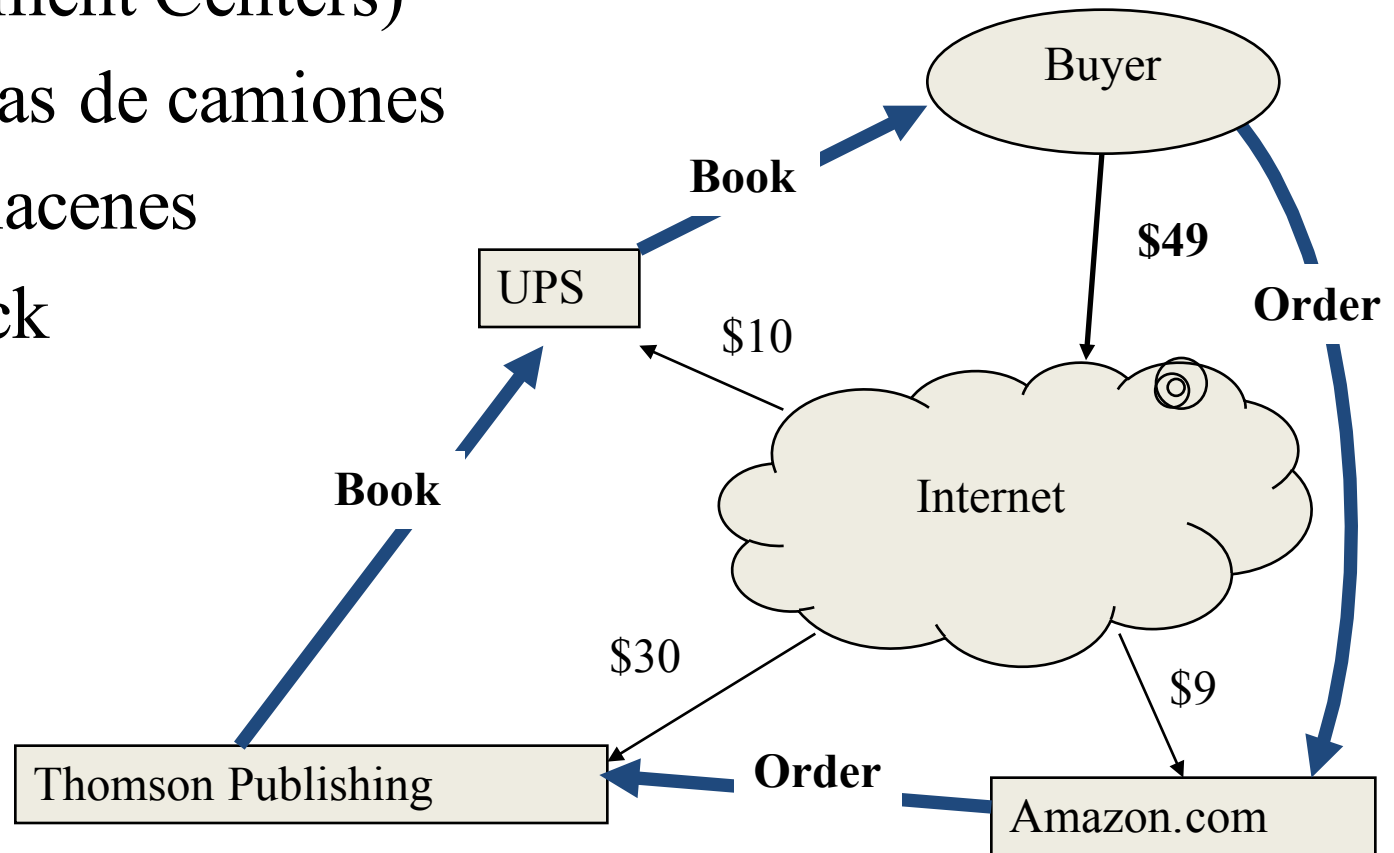
PayPal™



4. Entrega

- **Modelo inicial Amazon.com**

- Sin centros de distribución (Fulfillment Centers)
- Sin flotas de camiones
- Sin almacenes
- Sin stock





5. Servicios de post-venta

- **Tracking**
- **Gestión de pedidos**
- **Facturación**
- **Historial, personalización**

1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

1.3. Procesos del negocio electrónico

1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

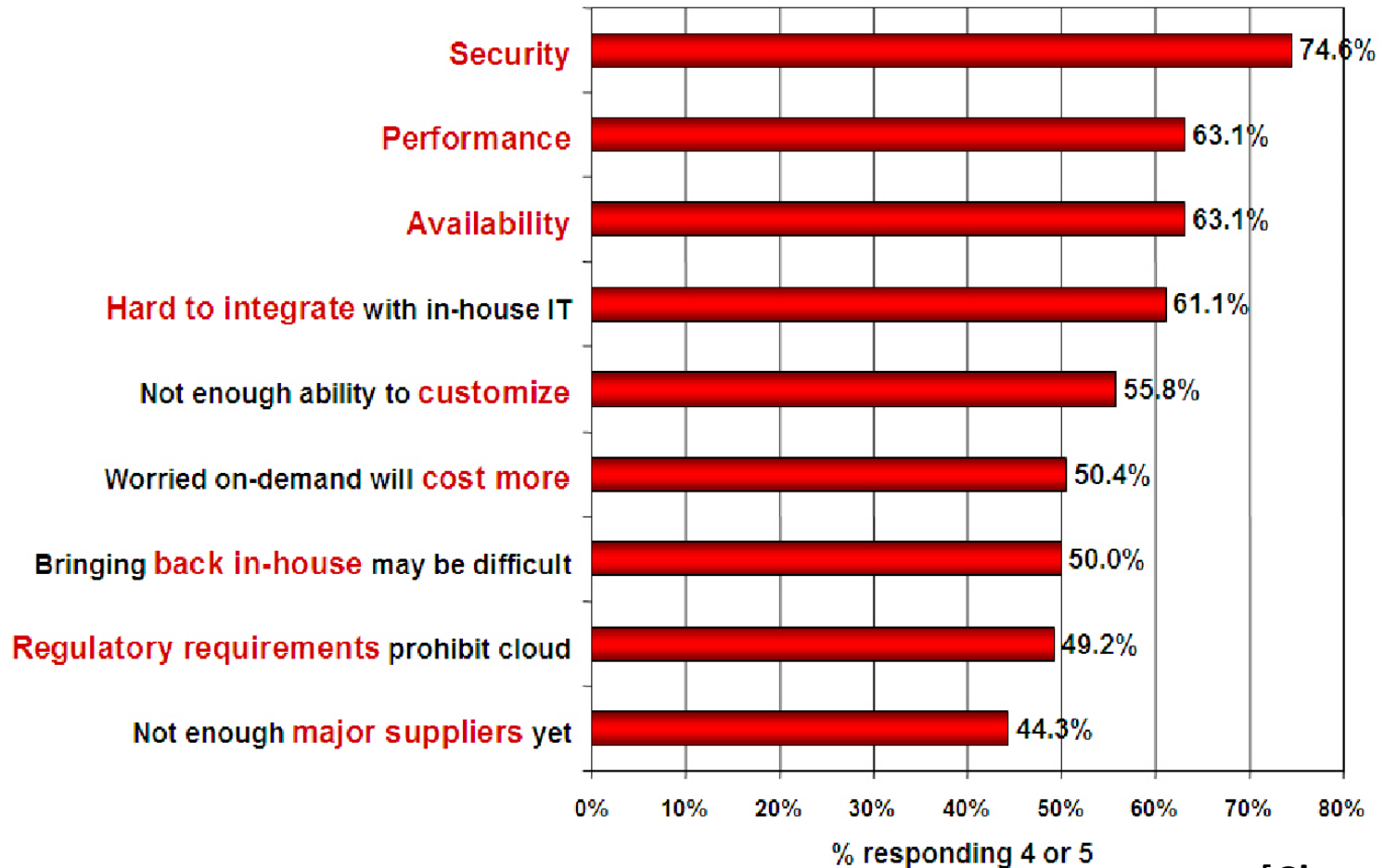
1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE

- **Baja inversión inicial**
- **Tiempo de arranque reducido para nuevos servicios**
- **Costes de operación y mantenimiento reducidos**
- **Aprovechamiento de recursos**
- **Soporte a la recuperación ante desastres**

Riesgos del Cloud

Q: Rate the challenges/issues ascribed to the 'cloud'/on-demand model
 (1=not significant, 5=very significant)



Source: IDC Enterprise Panel, August 2008 n=244

[Chow09ccsw]

- **Nuevo modelo de software**
 - Evita problemas de piratería
 - Permite una evolución continua sin inconveniencias para los clientes
 - Habilita nuevos modelos de negocio
- **Base tecnológica muy sólida**
- **Buenas perspectivas de seguridad**
- **Permite el acceso multiplataforma**
- **Puede combinarse con otros paradigmas**

- **Nueva familia de aplicaciones que abren nuevas oportunidades**
- **Énfasis en la ayuda a los usuarios**
- **Sistemas complejos HW/SW**
- **Reusabilidad de dispositivos**
- **Mercado potencial de un gran tamaño**

1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

1.3. Procesos del negocio electrónico

1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE

- **Preparación y análisis**
 - Evaluación del mercado
 - Plan estratégico de negocio
 - DAFO/SWOT
- **Modelos de negocio**
- **Arranque, Sostenibilidad y Supervivencia**

- **Identificación de clientes y partes**
- **Identificación de la competencia**
- **Estimación del tamaño del negocio**
- **Estimación de impacto**
- **Estimación del precio de mercado**

Plan estratégico de negocio



- **Descripción del negocio, misión-visión**
- **Investigación de mercado**
- **Análisis del entorno**
- **Análisis SWOT**
- **Objetivos estratégicos y de marketing**
- **Formulación de las estrategias**
- **Segmentación y posicionamiento**
- **Marketing Mix**
 - 4 P's (*price, product, promotion, and place*)
 - 7 P's (4P's + *physical evidence, people, and process*)
 - 4 C's (*consumer, cost, communication, convenience*)
- **Presupuesto / Rentabilidad proyectada**
- **Control y evaluación**

- **El análisis DAFO es el acrónimo de Debilidades-Amenazas-Fortalezas-Oportunidades**
 - También llamado FODA (SWOT en inglés: Strengths-Weaknesses-Oportunities-Threats).
- **Elaboración de un sistema de análisis y evaluación (interno y externo) con dos objetivos:**
 1. Identificación de elementos internos basados en los puntos fuertes y débiles de la empresa.
 2. Detección de oportunidades y amenazas provenientes del entorno.
- **Debe ser coherente con la estrategia de la compañía, logrando un adecuado ajuste entre su capacidad interna y su posición competitiva externa.**

- **Proporciona información necesaria para:**
 - Realizar acciones correctivas
 - Generar proyectos de mejora
 - Orientar los esfuerzos a iniciativas que proporcionen valor a la organización.
- **Se consideran factores económicos, políticos, sociales, culturales y tecnológicos que pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de los objetivos**

1. Establecer objetivos.

2. Análisis externo:

1. ¿Qué oportunidades ofrece el entorno? ¿Cómo se pueden aprovechar? Las oportunidades hacen referencia a factores externos atractivos y positivos para el proyecto.
2. ¿Qué tipo de amenazas hay en el entorno? ¿Cómo se pueden evitar? Las amenazas hacen referencia a factores externos, más allá del control del proyecto, y que pueden poner en riesgo la consecución de los objetivos propuestos.

3. Análisis interno:

1. ¿Cuáles son las fortalezas del proyecto? ¿Cómo se pueden potenciar? Las fortalezas hacen referencia a atributos propios del proyecto de marcado signo positivo.
2. ¿Cuáles son las debilidades del proyecto? ¿Cómo se pueden limitar o eliminar? Las debilidades hacen referencia a rasgos que aunque están bajo el control del proyecto limitan su capacidad para alcanzar los objetivos deseados.

4. Confección de la matriz DAFO.

5. Determinación de las estrategias a desarrollar y de los indicadores de éxito.

1. Definición de KPIs

6. Actuación.

7. Evaluación.

Análisis DAFO

- Hay que pensar qué elementos hay que buscar para medir los puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas, y reunirlos en una tabla de doble entrada (matriz DAFO).
- Cada empresa ha de decidir cuáles son las variables (factores críticos de éxito -FCE-) apropiadas a utilizar según los mercados y segmentos en los que compete.

	Positivo	Negativo
Análisis Interno	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
Análisis Externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

- Una vez definidos los FCE se debe realizar un proceso de benchmarking o análisis comparativo con las mejores empresas competidoras, pudiendo identificar nuevas oportunidades.

Contenido del análisis

Fortalezas

- Conocimientos y capacidades internas de la empresa.
- Acceso a recursos naturales a un costo bajo y en exclusividad.
- Mercado local bien consolidado.

Debilidades

- Las ventas de la empresa se concentran únicamente en 2 productos
- Dificultades en la integración de un equipo de trabajo nuevo.
- Sistemas de información obsoletos.

Oportunidades

- Gran recorrido de innovación en productos.
- Adquisición de una empresa complementaria en productos.

Amenazas

- Situación económica adversa para financiar acciones.
- El atractivo del sector puede introducir nuevos competidores
- Nuestro producto corre el riesgo de ser sustituido por una alternativa de menor coste.

- **Construir sobre las fortalezas**
- **Eliminar las debilidades**
- **Explotar las oportunidades**
- **Mitigar las amenazas**

- Se establecen 4 cuadrantes que reflejan las posibles estrategias a adoptar por la empresa:
- Estrategias defensivas (F; A)
- Estrategias ofensivas (F; O)
- Estrategias de supervivencia (D; A)
- Estrategias de reorientación (D; O)

<i>Matriz DAFO</i>	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
PUNTOS FUERTES	<i>Estrategias defensivas</i>	<i>Estrategias ofensivas</i>
PUNTOS DÉBILES	<i>Estrategias de supervivencia</i>	<i>Estrategias de reorientación</i>

- **Se analiza de forma aislada y sistemática cada cuadrante.**
- **Se elige el primero (Puntos Fuertes-Amenazas) y**
 - se identifica cada uno de los **puntos fuertes** que tiene la empresa en cuestión
 - y cada una de las **amenazas** que posee del exterior, de forma que cada intersección deberá ser analizada para estudiar las **consecuencias** y las **acciones** que de dicha situación puedan derivarse.
- **Consecutivamente, se realiza la misma acción para el resto de cuadrantes.**

Ejemplo Wii

	<i>Amenazas</i>	<i>Oportunidades</i>
<i>Fortalezas</i>	Como consecuencia del lanzamiento de la Wii de Nintendo, Sony ha desarrollado sus productos «estrella», como el Sing Star, firmando contratos con discográficas que le permiten ofrecer productos exclusivos como el Sing Star Disney o el Sing Star ABBA.	Lanzamiento a nivel mundial del iPhone de Apple.
<i>Debilidades</i>	Debido a la crisis inmobiliaria de 2008, muchas empresas constructoras realizaron grandes descuentos, incluso ofreciendo el pago de un año de hipoteca para aumentar la demanda de viviendas precios redondeados, número de cifras en el precio.	Lanzamiento de la Wii de Nintendo, una consola de fácil uso dirigida a un público mucho más amplio que la Play Station de Sony.

- **¿Cómo vamos a generar beneficios?**
 - Directamente
 - *Venta*
 - *Alquiler,*
 - *Suscripción,*
 - *PPU/PPV,*
 - ...
 - *Intangibles (reputación, imagen corporativa, etc.)*
 - Indirectamente
 - *Publicidad*
 - *Sponsors*
 - *Terceros beneficiados*
 - ...

- **Arranque**
 - Masa crítica
 - Integración
 - Arranque suave
 - Arranque en caliente
 - Estrategias multi-etapa
 - Conversion.
- **Sostenibilidad**
 - Modelos con caducidad
 - Mortalidad infantil
 - Abandono
 - Adaptación al entorno
- **Supervivencia**
 - Competencia sobrevenida
 - Falta de evolución
 - Resolución de incidentes
 - Cambios externos

1. Introducción al Negocio Electrónico

1.1. Evolución

1.2. Modelos de comercio electrónico

1.3. Procesos del negocio electrónico

1.4. Flujos de trabajo

1.5. Soporte al NE en los nuevos paradigmas de computación

1.6. Las claves para el éxito de un NE

1.7. Financiación y lanzamiento de un proyecto de NE

- **Modelos de financiación**

- Financiación tradicional
 - *Propia*
 - *Externa*
 - *Capitalización*
- Capital-Riesgo
- Arranque suave
- Financiación pública / Ayudas
- Esponsorización
- ...

- **Lanzamiento**

- Factores de decisión
- Visibilidad
- Publicidad
- Técnicas de protección de la inversión y la propiedad intelectual
- Técnicas de captación usuarios
- ...

- **Modelos de esponsorización**

- Endowment. El proyecto recibe un capital base y sobrevive con intereses
- Membresía. Se invita a entidades interesadas a constituirse en miembros aportando capital semilla o como contribución anual o suscripción que financia el proyecto.
- Donaciones. Un proyecto que consiga el suficiente apoyo por la comunidad recibe donaciones. Proyectos como Wikipedia o Apache responden a este modelo
 - *Crowdfunding*
- Patrocinadores. Típico esquema de algunas televisiones públicas que se financian con publicidad más o menos evidente. Relación MIT – Microsoft
- Gubernamental: La financiación se concede directamente para el proyecto por agencias gubernamentales.

- **Preparar una propuesta de proyecto con:**
 - Idea
 - Descripción comercial
 - Descripción técnica
 - Estrategia(s) de arranque
- **Fecha de entrega:**
 - 13 de Octubre

- **Preparar un dossier de proyecto con:**
 - Idea (revisada y extendida)
 - Descripción comercial (revisada y extendida)
 - Descripción técnica (revisada y extendida)
 - Análisis DAFO
 - Evaluación del mercado
 - Plan estratégico de negocio
 - *Descripción del modelo de negocio*
 - *Estrategias de Arranque, Sostenibilidad y Supervivencia (revisadas y extendidas)*
- **Fecha de entrega:**
 - 20 de Octubre