

LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS Y LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

The electronical business and the information technologies

Gladys Kuniyoshi Guevara*

Resumen

Los Negocios Electrónicos es el conjunto de componentes como el Comercio Electrónico, Mercadotecnia Electrónica y Procuraduría Electrónica para realizar las transacciones comerciales complementados en las Tecnologías de Información y Comunicaciones.

Los países de Estados Unidos de Norteamérica, Alemania, Francia, Reino Unido y España en la Unión Europea se encuentran en los primeros lugares de desarrollo y aplicación de los Negocios Electrónicos a nivel mundial. En la República del Perú se encuentra en situación básica debido a factores limitantes como la facilidad de acceso, e infraestructura de comunicaciones siendo la fortaleza la experiencia de las cabinas públicas.

La trascendencia de los Negocios Electrónicos en el mundo y en la República del Perú debe orientarse a optimizar e integrar en armonía las transacciones comerciales, los recursos tecnológicos y las personas para evolucionar en Calidad de Vida y Bienestar Común.

Palabras Clave: *Negocios electrónicos, tecnologías de información, comunicaciones, seguridad y confianza.*

ABSTRACT

The Electronical Business is the whole of components as Electronical Commerce, Electronical Marketing, and Electronical Procurement to deal commercial transactions complementary with Communications and Information Technologies.

Countries such as United States of America, Germany, France, United Kingdom, and Spain are top ranked in the development and application of Electronical Business around the world. In the Republic of Perú the situation is basic because of restriction factors such as access facility, and communications infrastructure being the strength the experience in public cabins.

The transcendence of Electronical Business around the world and in the Republic of Perú must pursue to optimize and integrate in harmony the commercial transaccions, technology resources and people to evolution in Life Quality and Common Welfare.

Key words: *Electronical business, information technologies, communications, security and trust.*

1. LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS Y LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN EL MUNDO

Concepto

De acuerdo a la Comunidad de Emprendedores el concepto de Negocios Electrónicos es “la distribución, compra, venta, mercadotecnia y suministro de información complementaria para los productos y servicios mediante las redes informáticas como internet, intranet entre otras redes. Es la aplicación informática orientada a realizar transacciones comerciales”. Los negocios electrónicos, pueden definirse como la aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación (T.I.C.) para brindar apoyo a todas las actividades de las organizaciones.

Se creó en 1995 en los Estados Unidos de Norteamérica en forma principal y en la Unión Europea.

Los Negocios Electrónicos son ahora integrales tanto a nivel de clientes, como de Estados, Organizaciones e Instituciones.

Objetivo

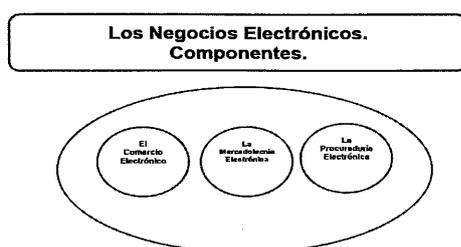
Los Negocios Electrónicos presentan como objetivo principal optimizar las formas de realizar transacciones comerciales aplicando las Tecnologías de Información entre los Clientes, Estados, Organizaciones e Instituciones.

Componentes de los Negocios Electrónicos

Los componentes de los Negocios Electrónicos son los siguientes:

- El Comercio Electrónico.
- La Mercadotecnia Electrónica.
- La Procuraduría Electrónica

Figura N° 1. Modelo de Negocios Electrónicos



Fuente: Elaboración Propia

El Comercio Electrónico

Es el sistema de venta abierto y universal el cual permite consultar, comprar y pagar mediante el medio electrónico en forma personal y segura.

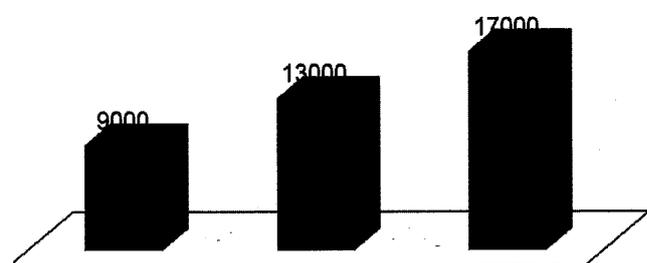
Las formas de Comercio Electrónico más conocidas son las siguientes:

- B2C: “Business to Consumer” (Negocio a Cliente).
- B2B “Business to Business” (Negocio a Negocio).
- C2B “Consumer to Business” (Cliente a Negocio).
- C2C “Consumer to Consumer” (Cliente a Cliente).
- B2G “Business to Government” (Negocio a Gobierno).

La forma más aplicada es “B2C” representado por los Estados Unidos de Norteamérica como principal exponente a nivel mundial.

Figura N° 2: Cantidad de transacciones en la forma “B2C” a nivel mundial

Cantidad de transacciones en la forma "B2C" de 2013 a 2020

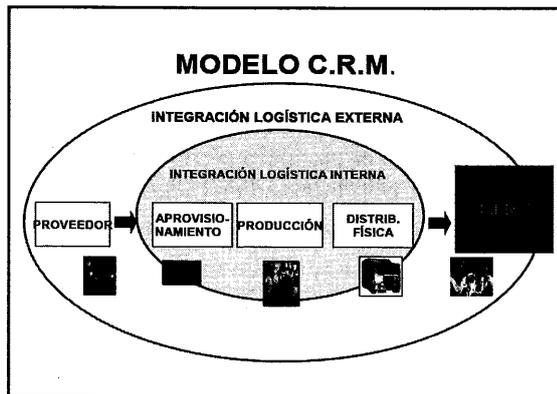


Fuente: Elaboración Propia

1.3.1 La Mercadotecnia Electrónica

Es el sistema de técnicas relacionadas hacia el buen servicio al cliente final mediante medios electrónicos. Por ejemplo el modelo e-C.R.M. orientado a la Relación de la Gestión con los Clientes aplicando los medios electrónicos.

Figura N° 3: El Modelo de la Gestión de la Relación con los Clientes

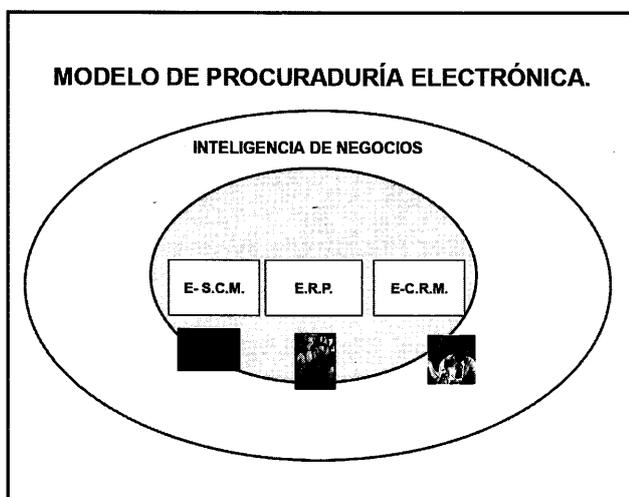


Fuente: Elaboración Propia

La Procuraduría Electrónica

Es el sistema de técnicas relacionadas a la documentación eficiente mediante medios electrónicos. Por ejemplo el Sistema de Gestión de Conocimientos como la Inteligencia de Negocios la cual comprende el modelo e-S.C.M., orientado a la Gestión de la Cadena de Abastecimientos, el modelo e-C.R.M. orientado a la Relación de la Gestión con los Clientes, y Sistemas E.R.P. como Sistemas Integrados de Planeamiento de Recursos Organizacionales.

Figura N° 4: El Modelo de Procuraduría Electrónica



Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 1: Indicadores de Desarrollo de los Negocios Electrónicos

País	Indicador
Estados Unidos de N.A.	0.90
Alemania	0.81
Francia	0.77
Reino Unido	0.69
España	0.65

Fuente: Encuesta de las Naciones Unidas acerca de los Negocios Electrónicos 2012.

LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS EN LA REPÚBLICA DEL PERÚ

Importancia

En la República del Perú se ha establecido desde 1995 los Negocios Electrónicos y el panorama central es su principal componente el Comercio Electrónico para realizar las transacciones comerciales entre Clientes.

El Comercio Electrónico se encuentra en nivel básico, y las principales limitantes son la facilidad de acceso, infraestructura de los proveedores de servicios los cuales son solamente dos: Movistar y la Red Científica. En nuestro país la República del Perú la fortaleza es la experiencia de las cabinas públicas.

Tabla N° 2: Indicadores de acceso a Internet en la República del Perú

Año	Indicador de acceso a Internet
1995	0.30
1999	0.39
2001	0.43
2005	0.51
2013	0.57

Fuente: Desarrollo del acceso a internet en la República del Perú 2012

Objetivos y la Agenda Digital Peruana 2.0

En la República del Perú se promueve la aplicación de los Negocios Electrónicos motivando el cumplimiento de las transacciones comerciales con facilidad de acceso de acuerdo a los fines de la Agenda Digital Peruana 2.0 en donde los objetivos se encuentran orientados en permitir a la Sociedad Peruana a acceder a la Sociedad de la Información, reduciendo la complejidad de la brecha digital en los ciudadanos por razones geográficas y culturales.

Los objetivos principales de la Agenda Digital Peruana 2.0 son los siguientes:

- Asegurar el acceso inclusivo y participativo de la población de áreas urbanas y rurales a la Sociedad de la Información y del Conocimiento.
- Garantizar mejores oportunidades de uso y apropiación de las T.I.C. los cuales aseguren la inclusión social, el acceso a servicios sociales que permita el ejercicio pleno de la ciudadanía y el desarrollo humano en pleno cumplimiento de las metas del milenio.
- Integrar, expandir y asegurar el desarrollo de competencias para el acceso y participación de la población en la Sociedad de la Información y del Conocimiento .

Figura N° 5: Los Componentes de una Tienda Virtual



La Importancia de las Tecnologías de Información Trascendencia

Debe implementarse el Programa Nacional sobre la e-confianza el cual garantice que los servicios en línea cumplan con las buenas prácticas de los negocios por internet.

La confianza y credibilidad en la internet deben protegerse.

El segundo tema en debate es la Legalidad de las transacciones y contratos “sin papel”; por tal motivo, son necesarios los acuerdos internacionales que armonicen las legislaciones sobre Comercio

Electrónico (cobro de impuestos, protección de los derechos de la propiedad intelectual, entre otros).

CONCLUSIONES

Promover la Cultura de la Confianza en la Comunidad.

Establecer el Marco Legal para preservar la protección y la seguridad en las transacciones virtuales.

Las Tecnologías de los Negocios Electrónicos en el mundo y en la República del Perú deben evolucionar de acuerdo al avance tecnológico del Mundo y de la Región Latinoamericana, y de acuerdo a la Economía Digital mundial.

REFERENCIAS

Libros: ANDAM, Zorayda (2012) "Comercio y los Negocios Electrónicos" Editorial del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de Asia Pacífico.

b) Sitios de Internet consultados:

- Comunidad de Emprendedores (2012). <http://negociosyemprendimiento.com/definicion-de-e-business-o-negocios-electronicos/>
- El Comercio Electrónico. (2012). <http://www.elcomercioelectronico.htm>
- Un Negocio (2010).
- <http://www.un-negocio.com/negocios-online/negocios-electronicos.html>
- Colegio de Ingenieros del Perú (2010). Canal RTVCIPLIMA. <http://www.rtvciplima.com/2010/07/16/la-aplicacion-de-la-tecnologia-debe-preservar-el-ecosistema-y-la-armonia-con-las-personas-para-optimizar-los-recursos/>
- (Entrevista a la Dra. Ing. Gladys Kuniyoshi en el Programa del Colegio de Ingenieros "Chuya Chuya" Ingenieros del día 16 de julio del año 2010).

