



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
ILUMNO

# USO DE INTERNET A NIVEL EMPRESARIAL

# ANÁLISIS Y DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

## ANÁLISIS Y DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

### WEBSITE CORPORATIVO, CORREO ELECTRÓNICO Y REDES SOCIALES

Las empresas utilizan internet como un canal de *marketing*, así como para comunicarse con clientes y socios comerciales, brindando acceso vía web a sus usuarios, ayudando al desarrollo en un mercado mucho más grande, mediante aplicaciones distribuidas desarrolladas para una interfaz web, que permite que la interacción con el usuario sea de

una manera más oportuna y eficaz.

**EL E-MARKETING ES UNA OPCIÓN MUY UTILIZADA POR LAS EMPRESAS PARA PROMOCIONAR Y DIFUNDIR SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS. EL MOTIVO ES EL BAJO COSTO Y LA OBTENCIÓN DE LAS PREFERENCIAS DE SUS CLIENTES.**

El uso empresarial de internet se está desplazando de un intercambio electrónico de información a una amplia plataforma para aplicaciones empresariales estratégicas.

Al usar este tipo de aplicaciones, no hay necesidad de que la aplicación web sea instalada en el ordenador del cliente, la empresa deberá tener instalada la aplicación en su servidor o a la vez deberá pagar una cuota mensual que le permita mantener sus aplicaciones web, para que la aplicación sea usada.

Nace el *e-marketing* cuyo concepto es la utilización de internet para el *marketing* directo con el fin de entrar en contacto con los potenciales clientes, convertirlos en clientes y fidelizarlos.



## SERVICIOS E-MARKETING

El posicionamiento en buscadores consiste en el uso de varias técnicas con el objetivo de situar las páginas web en los espacios más óptimos y más visitados por los usuarios de internet.

Para obtener una mayor eficiencia y productividad en las ventas o en nuevos clientes, se adaptan las páginas corrigiendo errores, mejorando su arquitectura y contenido, para conseguir las primeras posiciones en los buscadores, con el objetivo de que los usuarios que realicen búsquedas lleguen a contactar con su sitio web. Siendo una fórmula más económica y eficiente de promocionarse en internet.

Una de las ventajas del posicionamiento en buscadores es que se dirige a un público interesado en un producto o servicio. Los usuarios utilizan los buscadores para encontrar aquello que necesitan o valoran, por tanto, los potenciales visitantes serán potenciales clientes de sus servicios o productos.

## E-BUSINESS

El *e-business* (*electronic business*), o en español comercio electrónico, es una actividad relativamente nueva. Ya que su área de acción está vinculada de manera íntima con la internet. El ciberespacio es el ambiente natural, en el cual el *e-business* se desarrolla.

La idea central del *e-business* es la venta de productos por internet. El *e-business* es mucho más que la simple venta de productos por la red, tiene que ver también, con un trabajo más cercano con los consumidores. Ya que estos pueden manifestar de manera más instantánea sus convicciones con respecto a la venta en sí y al producto.

La venta como tal, es mucho menos burocrática, ya que las transacciones se realizan en línea. Con lo cual, se automatiza mucho más el proceso como tal, a diferencia del que se puede realizar en una tienda o almacén.



El *e-business* nació con la llegada de internet en la década de los años noventa. Las empresas se dieron cuenta que internet podía funcionar como una gran vitrina para mostrar sus productos. De la misma manera, es en aquella época, que nacen los catálogos de productos, por medio de internet. La idea era bastante simple, que los potenciales consumidores visitaran la página de la empresa y se enteraran de lo que se estaba ofreciendo. Fue una herramienta más, para el *marketing* corporativo. Posteriormente, el *e-business* fue evolucionando, a lo que es hoy. Con la posibilidad de efectuar transacciones en línea, el e-business derivó al comercio electrónico.

Actualmente, el e-business abarca todo el espectro de venta del mercado. Cada vez más personas, realizan sus compras por medio de internet.

## CATÁLOGO ELECTRÓNICO

Los catálogos digitales pueden almacenar grandes cantidades de artículos, permiten

organizarlos y clasificarlos de distintas maneras para que los usuarios puedan realizar búsquedas rápidas y efectivas. Su objetivo es la publicidad, venta y distribución, así como la atención al cliente.

**UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO ES UNA PUBLICACIÓN ONLINE, UNA INTERFAZ GRÁFICA, GENERALMENTE, DE UNA PÁGINA EN LA QUE SE MUESTRAN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR UNA EMPRESA.**

Los catálogos más sencillos solo brindan descripciones de los productos y listas de precios, sin disponer de un siste-

ma de compra y pago *online*. Son la representación digital de una compañía y una forma poderosa de comercio.

Los catálogos electrónicos son excelentes formas de comunicación entre una compañía y sus clientes, proveedores u otras compañías. Por este motivo, son una herramienta de *marketing* utilizada cada día más por las distintas organizaciones.

Los catálogos de las empresas que se dedican a la venta minorista, generalmente, se presentan solos, con la finalidad de promocionar y vender productos y servicios.



## COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL IMPACTO EN EL CONSUMIDOR

La mayoría de las empresas, sobre todo las pequeñas y medianas, consideran que el principal componente de toda economía es el comercio electrónico, debido a que mediante este se pueden realizar varias transacciones de manera efectiva.

El internet y el comercio electrónico han creado una cadena global económica entre varios países, ya que su uso traspasa las fronteras, es decir, las personas y las compañías usan la tecnología para realizar negocios. Por lo tanto, se pueden llevar a cabo transacciones comerciales exitosas en línea a nivel internacional.

Internet permite que las compañías usen de manera efectiva sus recursos en las transacciones comerciales. Además, los clientes tienen mejor acceso a la información que necesitan, ya que pueden efectuar transacciones inmediatas, es decir, pueden ordenar en línea y monitorear sus órdenes de compra. Asimismo, los negocios se pueden llevar a cabo mediante transacciones electrónicas de información, servicios y productos.

Las empresas están usando el internet para ofrecer mejores servicios y productos a los clientes, para:

- Aumentar sus beneficios
- Reducir inventarios
- Expandir su área de mercado

Internet tiene un fuerte crecimiento en los últimos años; por lo tanto, genera una nueva forma de intercambiar bienes y servicios a través de redes informáticas lo cual da lugar al comercio electrónico.

Las tecnologías de información preducen efectos significativos debido a que se modificó la forma de hacer negocios, es decir, las compañías ahora son capaces de integrar y simplificar procesos a través del uso del comercio electrónico. Por tal motivo, varias compañías comenzaron a incorporar el comercio electrónico como un elemento fundamental en la estrategia de negocios.

Las tecnologías dieron lugar al crecimiento del comercio electrónico, ya que la tecnología de la información reduce el costo de producir bienes y servicios, facilita el flujo de información de manera eficiente así como las transacciones a nivel internacional y crea nuevos canales de distribución. En sí, el comercio electrónico tiene un fuerte impacto a nivel global, ya que se modificó la forma de hacer transacciones comerciales lo cual ha generado mayores ingresos para las empresas (*Impacts of e-commerce in the global networked economy, 2003*).

El comercio electrónico captura los datos de la interacción social entre los consumidores y los *websites*, con la finalidad de ver la influencia que tiene este tipo de comercio en las decisiones de los consumidores. Debido a que, la mayoría de las decisiones de compra de los consumidores que compran en línea, son fuertemente influenciadas por este tipo de comercio, ya que estos compradores obtienen nuevos productos rápida y cómodamente.

Muchas compañías están adoptando el comercio electrónico como estrategia de negocio ya que está cambiando la manera de hacer negocios; por lo tanto, representa una ventaja competitiva, puesto que reduce el tiempo de entrega de los bienes así como los errores en el trabajo, incrementa la capacidad de la compañía, genera bajos costos operacionales y los clientes están satisfechos puesto que subproductos les llegan rápidamente.

Los *websites* de comercio electrónico generan una gran influencia social, por lo que los compradores en línea obtienen mayores beneficios al obtener alta calidad en los productos debido a que pueden personalizar los productos con base en sus gustos y preferencias. En sí, estos *websites* ayudan a los consumidores a tomar una decisión final acerca de lo que van a comprar.

Con la tecnología de internet, los empresarios comerciales se pueden comunicar directamente unos con otros eliminando intermediarios o procedimientos ineficientes, los sitios web están disponibles las 24 horas del día y existen productos basados en información tales como: *software*, música, videos, libros y documentos electrónicos estos pueden ser distribuidos físicamente a través de internet.





## **PRESENCIA EMPRESARIAL EN LAS REDES SOCIALES Y SUS ELEMENTOS: FACEBOOK, TWITTER, LINKEDLN, ENTRE OTROS**

En la actualidad, es de gran importancia que una empresa tenga presencia en las redes sociales de una forma consolidada ya que constituye una manera de ofrecer un producto a través de internet, de llegar a un amplio número de posibles consumidores y dar a conocer a la empresa, todo ello sin hacerlo de una forma intrusiva.

La presencia empresarial no solo es una vía de ampliar ventas, si no de generar confianza y dar un buen servicio.

### **Razones para consolidar la presencia de una empresa en las redes sociales:**

- Las técnicas de *mailing*, *telemarketing*, venta a puerta fría entre otras, es decir, las técnicas de venta tradicionales, no valen para todo ni para todos los productos y servicios que se ofrecen, y en muchos casos son técnicas que pueden resultar aburridas.
- No solo se busca vender si no que se relacione a la empresa con el cliente, logrando visibilidad, liderazgo y posicionamiento.
- Las recomendaciones y opiniones son básicas para dar a conocer y generar confianza ante el posible consumidor, "el boca a boca" tradicional se implanta en la red.
- Un nuevo canal para dar un buen servicio de atención al cliente de una forma rápida y personalizada.
- Generar, indirectamente, más tráfico de visitas al sitio web de la organización.
- En una buena carta de presentación inicial.

Es relevante tener presencia en las redes sociales pero no es suficiente con "estar" en ellas. Hay que mantener una presencia activa; se debe participar, interactuar y aportar contenido adecuado y original.

Como su propio nombre indica redes sociales son para sociabilizar con las personas, hacer amigos, entablar conversaciones y dar un servicio de respuesta y atención al usuario mucho mejor que con los métodos tradicionales y no para hacer un uso masivo de ofertas o anuncios publicitarios del que su único objetivo son las ventas.

Las ventas no son el principal objetivo en los medios sociales. Si se da un servicio con contenido de calidad y respuesta se van a lograr muchos beneficios positivos, aparte de ganarse la confianza de los visitantes, puesto que internet al ser un medio en el que no se tiene un contacto directo con las personas.

La integración de los medios sociales en sus múltiples facetas de la actividad empresarial, va a ser una tendencia para los próximos años. Tendencias tales como la integración del uso del móvil con el uso de los *smartphones* es una gran revolución en el uso de las redes sociales, la geo localización, El uso de las *tablets*, como el iPad por ejemplo y la participación del usuario en las campañas de *marketing* viral permiten ganar de este modo gran visibilidad para cualquier negocio o emprendedor que quiera obtener buenos resultados para su negocio.

Una de las mayores ventajas para cualquier negocio que tiene a su favor y sobre todo para los emprendedores que no disponen de grandes recursos para invertir en campañas publicitarias, es que existen plataformas en las redes sociales, plataformas que son gratuitas y utilizándolas efectivamente puede lograr una mayor exposición del negocio o emprendimiento, y que sea mucho más económico.

Las redes sociales son la mayor herramienta para lanzar una campaña publicitaria de cualquier producto o servicio, por su enorme efecto viral dado a la gran exposición que tienen para las personas por la enorme cantidad de usuarios que están en estas plataformas, tales como Facebook, Twitter, Youtube, contemplando solamente las que actualmente tienen más relevancia en el plano del internet. Pues hay una gran cantidad de redes sociales. Y lo mejor de todo es que son unas poderosas herramientas de *marketing* para los negocios hoy en día.

También, a través de los medios sociales, se puede estar al tanto de las últimas noticias, eventos, conferencias, artículos, videos relacionados con la industria, tutoriales de todo tipo aparte de tener las opiniones de los consumidores a tiempo real, tanto positiva como negativamente, para así actuar en consecuencia. Y evitar los errores de una campaña de *marketing* sobre su producto o servicio y mejorarla según la experiencia del usuario.

**TENDENCIAS TALES COMO LA INTEGRACIÓN DEL USO DEL MÓVIL CON EL USO DE LOS SMARTPHONES ES UNA GRAN REVOLUCIÓN EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES, LA GEO LOCALIZACIÓN,**





## BIBLIOGRAFÍA

Amaya, J. A. (2009). Sistemas de Información Gerenciales. Bogotá: Ecoe Ediciones.

DAVIDJAVALOYES. (2012). Por Qué Tu Negocio Debe Tener Presencia en las Redes Sociales. Recuperado el 13 de 01 de 2016, de <http://www.davidjavaloyes.com/porque-tu-negocio-debe-tener-presencia-en-las-redes-sociales/> [Consulta 13 de enero de 2016].

Nature, D. (2015). La primera página web de tu empresa: 3 claves para el éxito. Recuperado de <http://www.digital-nature.com/dise%C3%B1o-web/primer-pagina-web-empresa/> [Consulta 14 de enero de 2016].

Paula-Paez, J. C. (s.f.). Análisis y desarrollo de sistemas de información. Recuperado de <http://gnumero8.blogspot.com/p/uso-de-internet-nivel-empresarial.html/> [Consulta 13 de enero de 2016].

Tupromoweb. (2012). Tupromoweb. Recuperado el 15 de 01 de 2016, de [http://www.tupromoweb.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11&Itemid=13/](http://www.tupromoweb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=13/) [Consulta 15 de enero de 2016].

Vázquez, V. V. (2011). Impacto del comercio electrónico en los negocios. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/impacto-comercio-electronico-negocios/> [Consulta 13 de enero de 2016].

Zárate, L. (2015). ¿Es importante tu presencia en las redes sociales? Recuperado de <http://blog.deudae.com/es-importante-tu-presencia-en-las-redes-sociales/> [Consulta 14 de enero de 2016].



