



**COMERCIO ELECTRÓNICO**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

*Facultad de Contabilidad y Auditoría*

*Carrera de Contabilidad y Auditoría*

## **PRINCIPALES APLICACIONES, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**



**MÓDULO OPTATIVO e – bussines**

**Integrantes:**

Alarcón Valeria

Barona Valeria

Bonilla Jéssica

Rumiguano Karen



**Contenido**

APLICACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO ..... 4

APLICACIONES ..... 4

    Ocommerce ..... 4

    Magento ..... 5

    Freeway..... 5

    Ibundler..... 5

    Masfit ..... 7

VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO ..... 10

DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO ..... 11

CONCLUSIÓN ..... 13

BIBLIOGRAFÍA ..... 14



## **Tabla de contenidos e ilustraciones**

*Ilustración 1.- Sistema IBundler* \_\_\_\_\_ 6



## APLICACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Las aplicaciones de Comercio electrónico le permitirán de forma muy sencilla gestionar una tienda on-line con todos los servicios necesarios para publicar sus productos, instalar formas de pago y recibir los datos y pedidos de los compradores.

“El ecommerce o comercio electrónico es uno de los sectores con más aplicaciones de uso en Internet. La red ofrece un nuevo mercado que define la “economía digital”. Los productores, proveedores y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, sean con fines comerciales o sociales. La apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas.

En la práctica, las empresas están comenzando a usar Internet como un nuevo canal de ventas, sustituyendo las visitas personales, correo y teléfono por pedidos electrónicos, ya que gestionar un pedido por Internet cuesta 5% menos que hacerlo por vías tradicionales. Nace entonces el comercio electrónico, como una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño empresarial.” (Thode, 2011)

## APLICACIONES

### OSCOMMERCE

“Este es sin duda el más conocido de todos los scripts para tiendas en línea y





## COMERCIO ELECTRÓNICO

ha servido de inspiración a una gran cantidad de sucesores. Debido al tiempo que tiene en el mercado, cuenta con mucha documentación, módulos (más de 5.000), ayuda y tutoriales en numerosos foros y páginas Web que se dedican al tema. Una de las cosas que más impresiona es su velocidad, además que es muy robusto y confiable. El punto débil es que se ha rezagado con respecto a los estándares actuales.” (Alared)

### MAGENTO

Es una aplicación open source para poder instalar un software de e-commerce en nuestro sitio web. Así podremos tener nuestra propia tienda online de forma sencilla y gratuita. Dentro de las características para los usuarios posee optimización para motores de búsquedas (SEO), comunicación con los clientes, envío a varias direcciones, búsquedas, comparación de productos, etiquetado de productos, opiniones sobre productos, checkout, carrito de la compra y cuentas para clientes. A parte, ofrece la posibilidad de generar informes, definir reglas para los impuestos, manejar productos y catálogos, CMS, grupos de clientes, importar y exportar, ACL, múltiples sitios web, múltiples idiomas y muchas cosas más. (Thode, 2011)



### FREEMWAY

Ideal para vender servicios y entradas para eventos. Puede ser integrada con Joomla y ofrece posibilidad de configurar descuentos. (Thode, 2011)

### IBUNDLER

“iBundler es un sistema basado compuesto por agentes y componentes software cuyo propósito es facilitar la negociación de procesos complejos de



## COMERCIO ELECTRÓNICO

compras o ventas, transacciones que suponen la agregación de ofertas de proveedores para cumplir un contrato de forma óptima

Facilita la negociación de contratos de lotes de bienes (ya sean éstos productos y/o servicios), considerando que tanto el número de unidades como los atributos de cada bien son negociables. Para ello, ofrece un alto grado de expresividad tanto al comprador como a los proveedores a la hora de especificar sus preferencias en forma de reglas de negocio. Así, el comprador puede indicar restricciones en cuanto al número de proveedores contratables, o incluso en cuanto a los valores de las ofertas, la fecha de entrega de las ofertas seleccionadas debe encontrarse dentro de una

Aplicaciones: Comercio Electrónico - 4/10 misma semana.

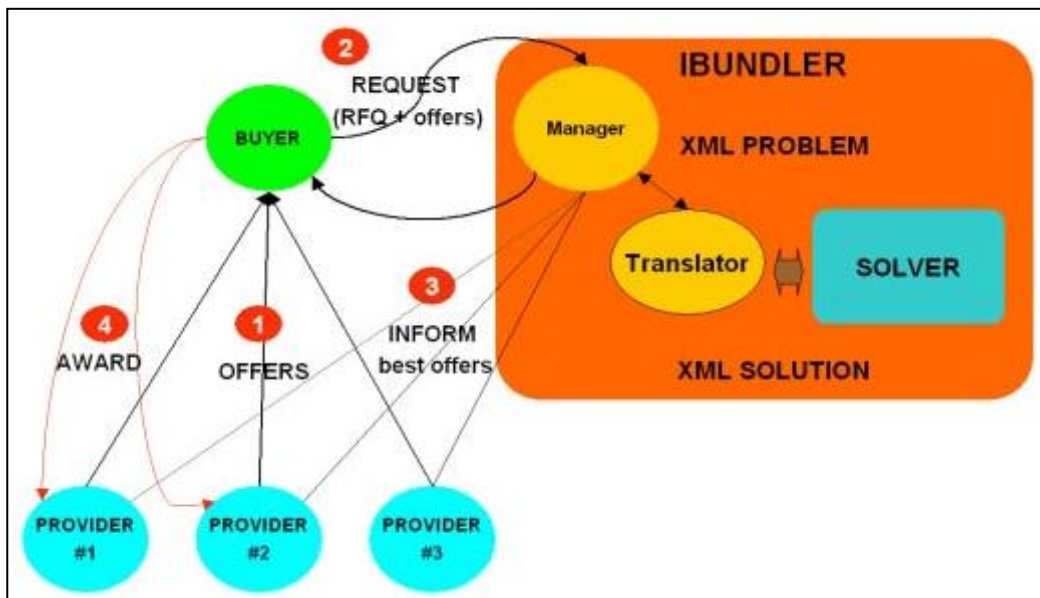


Ilustración 1.- Sistema IBundler  
Fuente.- (Carballo, 2007)

Estas reglas de negocio resultan esenciales para el comprador dado que para obtener el mejor contrato es necesario agregar múltiples ofertas de diferentes proveedores.

En lo que se refiere a los proveedores, éstos disponen de la posibilidad de realizar múltiples ofertas de bienes.



## **COMERCIO ELECTRÓNICO**

Partiendo de los requerimientos y reglas de negocio del comprador y de las ofertas y reglas de negocio de los proveedores, iBundler generaliza y resuelve el problema de la determinación de los proveedores ganadores en una subasta combinatoria inversa con restricciones naturales.

En iBundler se apoya al comprador (humano) con agentes que desempeñan las tareas de una licitación: presentación de requerimientos, invitación de proveedores y recepción y evaluación de ofertas y notificación de ganador(es).

El usuario humano utiliza un mediador que interactúa con un controlador que se activa para iniciar una licitación específica y finalizarla a petición del usuario, y con un gestor a quien entrega las bases de licitación (RFQ), de quien recibe la evaluación de las ofertas y a quien le entrega la selección de la(s) oferta(s) ganadora(s). El gestor tiene dos funciones. Por una parte, controla los protocolos de coordinación y con los agentes proveedores que median con los proveedores reales: selección de proveedores, solicitud de ofertas (CFP), recepción de ofertas y adjudicación a ganador(es). Por otra parte, el gestor dialoga con el un componente software traductor para someter las ofertas a evaluación y recibir los resultados de esa evaluación. La evaluación consiste en la determinación del conjunto de ofertas ganadoras teniendo en cuenta tanto las reglas de negocio del comprador como de los proveedores.” (Noriega, Rodriguez, & Sierra, 2009)

### **MASFIT**

“Masfit es un sistema de subasta intermediada por agentes que permite a los compradores participar en varias subastas que tienen lugar simultáneamente. Fue desarrollado para las subastas de pescado que se llevan a cabo diariamente en las lonjas de los puertos, pero es aplicable a otras casas de subastas



## **COMERCIO ELECTRÓNICO**

El proyecto Masfit se diseñó sobre TA: en una misma subasta participan compradores humanos físicamente presentes en la subasta y compradores software, es decir, agentes, que participan en representación de compradores no presenciales físicamente en las subastas.

El desarrollo de Masfit incluye dos productos básicos que comentaremos brevemente: una federación de subastas electrónicas y arquetipos de agentes compradores que pueden participar en esta federación.

### **Federación De Subastas Electrónicas**

Para federarse virtualmente, varias casas de subastas (lonjas) convienen lo siguiente:

- Ⓢ Cada lonja sigue realizando las subastas diarias en exactamente las mismas condiciones en que las realizaba habitualmente
- Ⓢ Estandarizar las formas de etiquetar productos, protocolos de puja y convenciones de información. Aceptar pujas de compradores no presenciales que participan con los mismos derechos y deberes que los compradores físicamente presentes en las subastas.
- Ⓢ Integrarse en una federación de subastas que permite la participación de los compradores no presenciales.

La federación de subastas se implementa mediante una Institución Electrónica<sup>9</sup> (IE) que garantiza que las condiciones de participación sean idénticas para los compradores físicamente presentes en la lonja y para otros que participan mediante sus agentes software, con la ventaja añadida de que los agentes pueden estar participando en las subastas que se lleven a cabo simultáneamente en las otras lonjas federadas. La Institución Electrónica establece la identidad y las facultades de los agentes compradores, les facilita la información de las lonjas, y canaliza sus ofertas a las subastas.

### **Arquetipos de Agentes Compradores**





## **COMERCIO ELECTRÓNICO**

El servidor de agentes de Masfit provee un acceso controlado a compradores remotos humanos al sistema. Incluye herramientas que les permiten crear, entrenar y administrar agentes compradores para que participen en las subastas. Los agentes software poseen una gran capacidad de gestión de información, tanto precisa como incierta, que les permite coordinar la participación en múltiples subastas simultáneamente. Su autonomía garantiza la adaptación de las pujas al momento del mercado en general y de cada subasta en particular, flexibilizando las estrategias siguiendo siempre las preferencias indicadas por el comprador humano.

El proyecto Masfit desarrolló varios “arquetipos” de agentes compradores que se adecúan a las preferencias e intereses del comprador mediante la instanciación de parámetros que determinan estrategias; ponderando factores logísticos y dando una lista de compra, definen las órdenes de compra que determinan las pujas”. (Noriega, Rodriguez, & Sierra, 2009, págs. 5-7)



## VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Importantes ventajas que nos mencionan Beltrán, Castro, Laguna, Morales, & Rodríguez(2011) referente al Comercio Electrónico:

### PARA LAS EMPRESAS:

- Ⓢ Reducción de costo real al hacer estudio de mercado.
- Ⓢ Desaparecen los límites geográficos y de tiempo.
- Ⓢ Disponibilidad las 24 horas del día, 7 días a la semana, todo el año.
- Ⓢ Reducción de un 50% en costos de la puesta en marcha del comercio electrónico, en comparación con el comercio tradicional.
- Ⓢ Hacer más sencilla la labor de los negocios con sus clientes.
- Ⓢ Reducción considerable de inventarios.
- Ⓢ Agilizar las operaciones del negocio.
- Ⓢ Proporcionar nuevos medios para encontrar y servir a clientes.
- Ⓢ Incorporar internacionalmente estrategias nuevas de relaciones entre clientes y proveedores.
- Ⓢ Reducir el tamaño del personal de la fuerza.
- Ⓢ Menos inversión en los presupuestos publicitarios.
- Ⓢ Reducción de precios por el bajo coste del uso de Internet en comparación con otros medios de promoción, lo cual implica mayor competitividad.





## COMERCIO ELECTRÓNICO

- Ⓢ Cercanía a los clientes y mayor interactividad y personalización de la oferta.
- Ⓢ Desarrollo de ventas electrónicas.
- Ⓢ Globalización y acceso a mercados potenciales de millones de clientes.
- Ⓢ Implantar tácticas en la venta de productos para crear fidelidad en los clientes.

### PARA LOS CLIENTES

- Ⓢ Abarata costos y precios
- Ⓢ Un medio que da poder al consumidor de elegir en un mercado global acorde a sus necesidades.
- Ⓢ Brinda información pre-venta y posible prueba del producto antes de la compra.
- Ⓢ Inmediatez al realizar los pedidos.
- Ⓢ Servicio pre y post-venta on-line.
- Ⓢ Reducción de la cadena de distribución, lo que le permite adquirir un producto a un mejor precio.
- Ⓢ Mayor interactividad y personalización de la demanda.
- Ⓢ Información inmediata sobre cualquier producto, y disponibilidad de acceder a la información en el momento que así lo requiera.
- Ⓢ Permite el acceso a más información



## DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Según Roura (2012) las desventajas mas importantes acerca del comercio electrónico se dividen en desventajas para el cliente y para la empresas, las cuales se detallan a continuación:

### CLIENTES



## COMERCIO ELECTRÓNICO

- ✓ Cercanía entre el vendedor y el comprador para proceder con una queja del producto, si algo salió mal.
- ✓ Eventualmente el cobro puede fallar o puede generar ciertas dificultades para hacer válida la garantía del producto comercializado.
- ✓ Se pierde la capacidad de visualización del producto en comercialización o conocimiento físico del producto. Si es ropa no se la puede probar para asegurar que la talla calce perfectamente.



## EMPRESAS



- ✓ Menor comunicación personal entre vendedor y consumidor. Se pierde el contacto cara a cara y la asesoría que se puede brindar al momento de comprar.
- ✓ Los delitos informáticos son un problema para el comercio electrónico. La presencia de los hackers y crackers amenazan la seguridad para los clientes.



### **CONCLUSIÓN**

Las aplicaciones de comercio electrónico nos ayudan ampliamente en cuanto a la gestión de una tienda on-line para poder promocionar nuestros productos, los pagos y todo lo que se necesite saber para realizar una compra.



### Bibliografía

- Ⓒ Alared. (s.f.). *Aplicación: Comercio Electrónico*. Recuperado el 17 de Abril de 2013, de [http://www.alared.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=162&Itemid=637](http://www.alared.com/index.php?option=com_content&view=article&id=162&Itemid=637)
- Ⓒ Beltrán, A., Castro, A., Laguna, L., Morales, D., & Rodríguez, J. (05 de 2011). *La Web 2.0 Comercio Electrónico / E-Commerce*. Recuperado el 17 de 04 de 2013, de [http://es.scribd.com/doc/55568541/comercio-electronico-Pdf?secret\\_password=7zhfgsx16pnemjglksn](http://es.scribd.com/doc/55568541/comercio-electronico-Pdf?secret_password=7zhfgsx16pnemjglksn)
- Ⓒ Noriega, P., Rodriguez, J., & Sierra, C. (2009). *Electronic Institutions*. Recuperado el 17 de Abril de 2013, de <http://e-institutions.iiiia.csic.es/papers/webi2/Tema6-5-final.pdf>
- Ⓒ Rodriguez Mariotis, J. (16 de 04 de 2011). *@E-Commerce*. Recuperado el 18 de 03 de 2013, de [http://e-commerce-lg.blogspot.com/2011/05/comercio-electronico-historia-ventajas\\_16.html](http://e-commerce-lg.blogspot.com/2011/05/comercio-electronico-historia-ventajas_16.html)
- Ⓒ Roura, C. (18 de 09 de 2012). *Ventajas y desventajas del comercio electrónico*. Recuperado el 17 de 04 de 2013, de <http://www.imciencia.com/index.php/tecnologia/item/ventajas-y-desventajas-del-comercio-electronico.html>
- Ⓒ Thode, M. (25 de Agosto de 2011). *Aplicaciones para ecommerce o comercio electrónico*. Recuperado el 17 de Abril de 2013, de <http://www.cursodirecto.com/blog/aplicaciones-ecommerce-comercio-electronico>