

Curso Formación de Promotores de Comercio Internacional

Módulo 4: ***TIC y Promoción Comercial*** Introducción

Lunes 30 de Julio de 2012

Paloma Ochoa
Ezequiel Eborall



Introducción

- La evolución de las TIC (Internet) generó cambios en todas las dimensiones de la actividad humana.
- Ha permitido a los proveedores de bienes y servicios captar nuevos mercados y transformar la forma de hacer sus negocios.
- Desarrollo del comercio electrónico (e-business), nueva alternativa de negocios, con ventajas para las empresas y los consumidores
- Existencia de una infraestructura global de tecnologías de la telecomunicación y redes en las que se desarrolla un proceso de digitalización y transmisión de la información

Elementos que Internet aporta al *Comercio*

- Un nuevo canal de publicidad y comunicación de alcance masivo
- Una forma de acceder a los clientes evitando los intermediarios tradicionales
- Desarrollar y vender nuevos productos digitales y sustituir mercaderías físicas por sus equivalentes digitales
- Acceso a información relevante para los negocios

Evolución del comercio electrónico

- Década 80: redes de comunicación, como EDI, orientadas a facilitar las operaciones comerciales, automatizando el intercambio de información entre empresas
- Altos costos, falta de interactividad, alto grado de complejización
- Internet aportó sencillez, menores costos y la conexión entre empresas (grandes y pequeñas)
- Se evoluciono hacia la regulación de las transacciones en Internet, generando las condiciones de confianza y garantía entre las partes

Definición

(1)

- E-commerce: compra y venta de bienes y servicios por Internet
- E-business: uso de Internet para transformar los procesos de negocios tradicionales y hacerlos más eficientes
- Las partes interactúan de forma electrónica, atendiendo a las necesidades de los comerciantes, empresas y consumidores en términos de la reducción de costos, tiempo de transacción y mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios

Definición

(2)

“El e-business es la actividad cuyas operaciones clave de gestión, financiación, innovación, producción, distribución, ventas y relaciones entre los empleados y con los clientes tienen lugar sobre todo por/en Internet o en otras redes informáticas, sin prejuzgar el grado de conexión entre las dimensiones virtual y física de la empresa.” Manuel Castells

Nueva Economía y Organización Empresarial

- Dependiendo de la naturaleza de los bienes y servicios se deberá utilizar en mayor o en menor medida medios del comercio tradicional y medios del comercio electrónico.
- Con el fin de alcanzar competitividad en la economía digital globalizada será necesario que las empresas incorporen las TIC.
- E-business produce cambios en el management de las empresas, en la forma en que se relacionan entre sí, con los proveedores y los clientes.

Caso Cisco Systems: paradigma empresa red

- Mayor fabricante mundial de equipamiento para redes informáticas.
- Concentra el 90% de sus ventas y transacciones a través de la Web, mediante la interacción entre los fabricantes, los proveedores y clientes.
- Organiza alrededor y dentro de la red todas sus relaciones con los clientes, proveedores, socios y empleados, manteniendo a través de la red la interacción entre todos.
- Núcleo del sistema de operaciones: el sitio Web. Así convierte a Internet en el esqueleto de su modelo de negocio.

Empresa-red

- Modelo empresarial que se organiza en torno a la cooperación entre diversos componentes (empresas) operando en red entre ellos durante la duración de un determinado proyecto de negocio
- Resultado de la combinación de varias estrategias de trabajo en red, que transforman la gestión empresarial: descentralización, organización flexible y horizontal, y cooperación entre empresas de distinto tamaño
- La red es la empresa
- Dell es otro ejemplo de empresa red: desde su sitio Web (en conexión con diferentes proveedores) ofrece diversas opciones para que los clientes gestionen sus pedidos

Empresa-red

- Internet contribuye al modelo empresa-red en:
 - Escalabilidad
 - Interactividad
 - Flexibilidad
 - Gestión de la marca
 - Producción personalizada a medida del consumidor

Conclusiones iniciales

- Internet ha transformado el modelo de empresa.
- El e-business se posiciona como una forma de hacer negocios imprescindible para alcanzar y mantener altos niveles de competitividad.
- Dada las oportunidades que ofrece Internet, las empresas tratan de potenciar sus ventajas competitivas a través de ella.
- Las PyMEs pueden encontrar nuevas oportunidades mediante la incorporación de TIC y la organización en red.
- Es necesario adaptar las estrategias a los patrones de competitividad actuales que ofrece la red.

Muchas Gracias.



Fundación Standard Bank Biblioteca

Artículo | Discusión | Ver código fuente | Historial

Buscar

CATEGORIAS

- Artículos de alumnos de la FSTB
- BRICs
- Cadenas Globales de Valor
- Calidad
- Comercio de servicios
- Comercio internacional y cambio climático
- Comercio internacional y crisis mundial
- Competitividad
- Conectividad
- Creatividad
- Expertos de la Fundación Standard Bank
- Globalización

Bienvenidos a la Biblioteca de Fundación Standard Bank

22:16 UTC - Viernes, 18 de mayo

How to encourage the network trade rules interconnections? An application to the case of Non Tariff Barriers

Marcel Vaillant, ICTSD-FDEA, Diciembre de 2011 - El paper aborda el tema de las barreras no arancelarias en relación a los temas cada vez más complejos de la integración productiva y el comercio mundial...

TENDENCIAS QUE INCIDEN EN LA GOBERNABILIDAD GLOBAL: Un telón de fondo para navegar en la nueva realidad internacional

Félix Peña, Newsletter de Comercio Internacional, mayo de 2012- Se ha entrado en una transición hacia un mundo

Videos destacados

0:00

Paloma Ochoa: pochoa@fstb.com.ar
Ezequiel Eborall: eeborall@fstb.com.ar

Visite nuestra biblioteca virtual:
biblioteca.fstandardbank.edu.ar