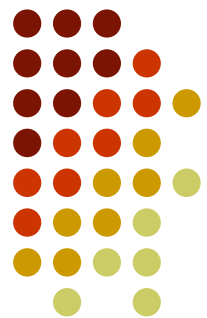


Introducción al Negocio Electrónico (eBusiness)

Curso 2004/2005. Aspectos
económicos y empresariales (1)



Ideas generales



- Propósito de la transformación ebusiness:
 - cumplir mejor el fin de todo negocio (electrónico o no), obtener beneficios.
 - ¿cómo?: aumentando ingresos o disminuyendo costes.
 - ¿por qué ebusiness?: nuevas oportunidades (basadas en tecnología) para obtener beneficios.

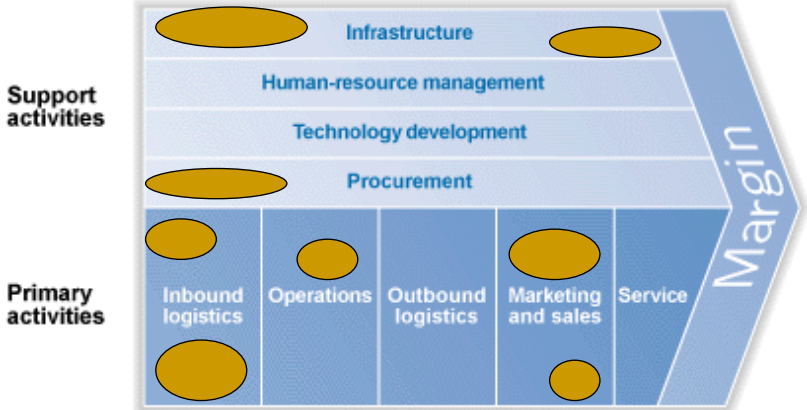
Hacia eBusiness



Una definición progresiva de ebusiness / 1



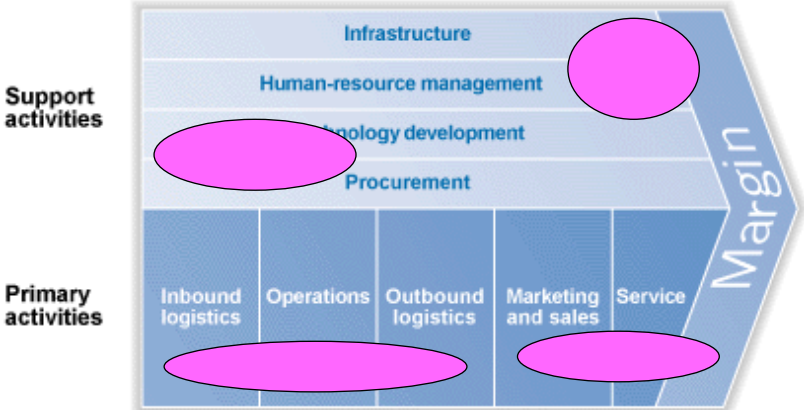
PRIMERAS SOLUCIONES PARCIALES ...



Una definición progresiva de ebusiness / 2



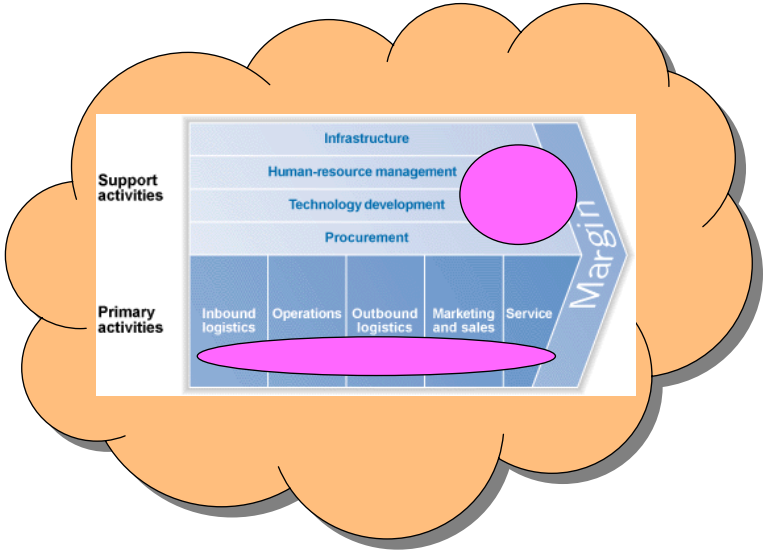
INTEGRANDO (FUNCIONES Y PROCESOS) ...



Una definición progresiva de ebusiness / 3



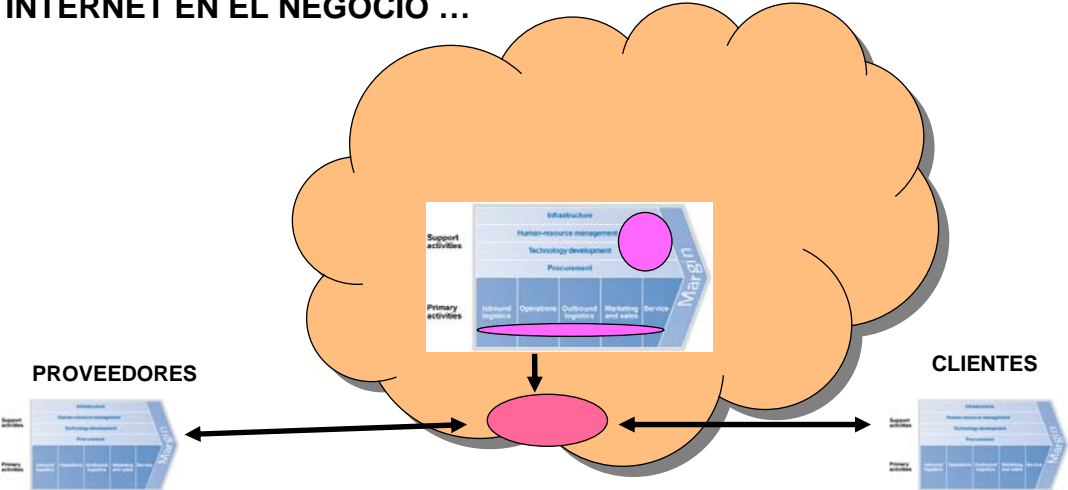
MÁS INTEGRACIÓN, ... E
INTERNET



Una definición progresiva de ebusiness / 4



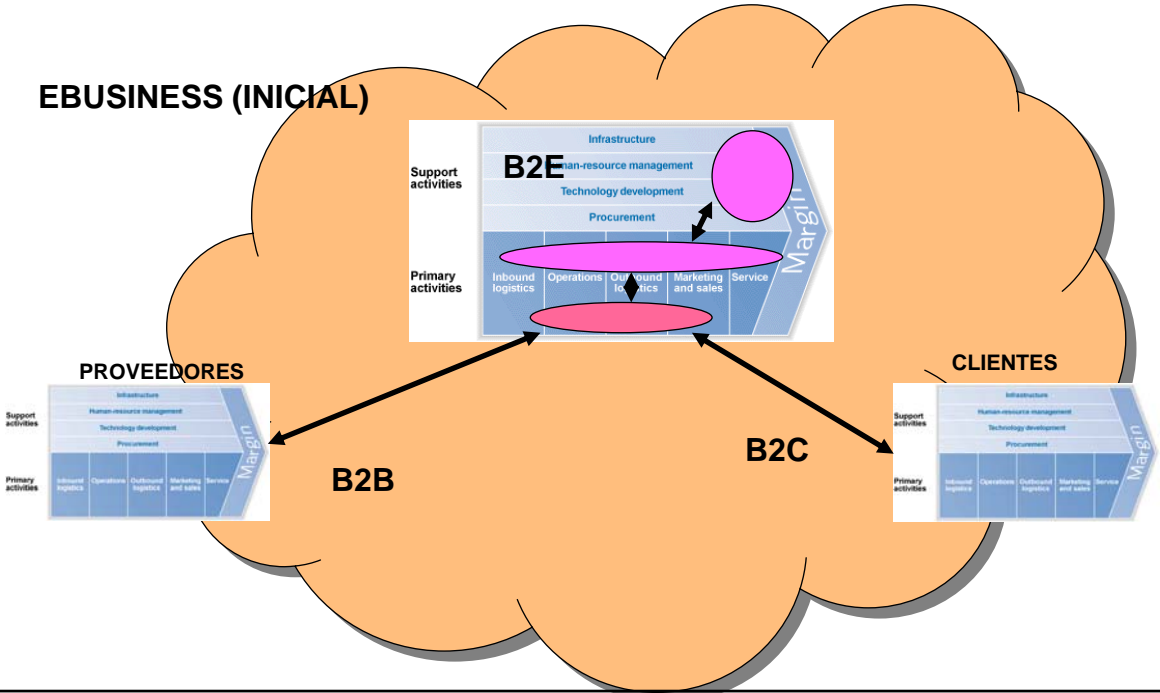
INTERNET EN EL NEGOCIO ...



Una definición progresiva de ebusiness / 5



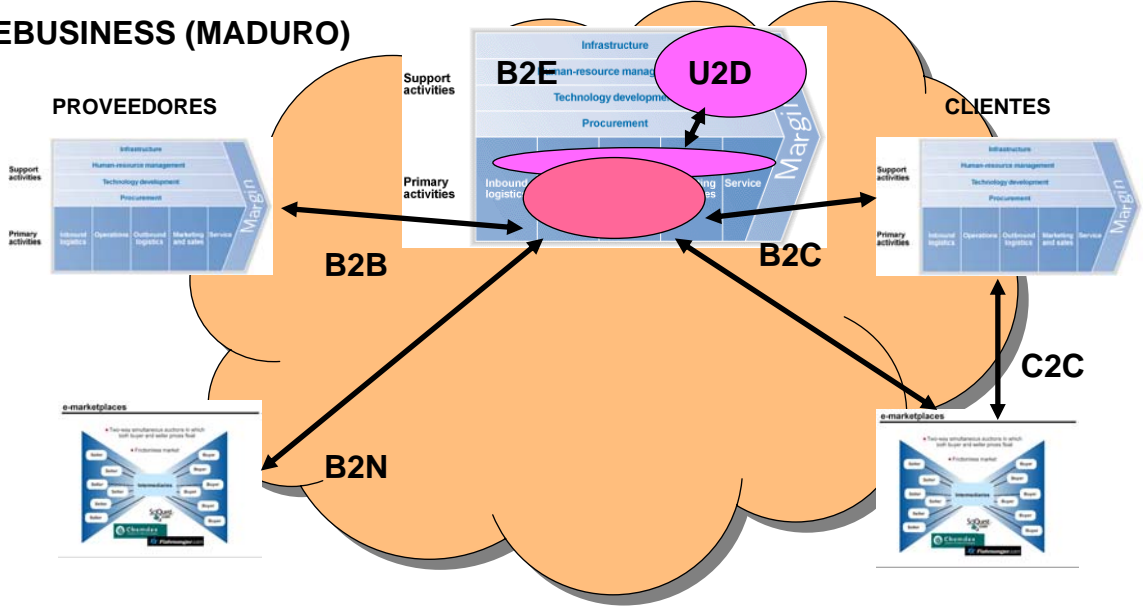
EBUSINESS (INICIAL)



Una definición progresiva de ebusiness / 6



EBUSINESS (MADURO)



Patrones ebusiness



- B2C: empresa a consumidor
- B2B: empresa a empresa
- B2E: empresa a personal
- B2N: empresa a red
- U2D: usuario a datos (BI)
- C2C: consumidor a consumidor

Conceptos clave



- Cambio
- Tecnologías disruptivas
 - “Ley de Moore”
- Red
 - “Ley de Metcalfe”

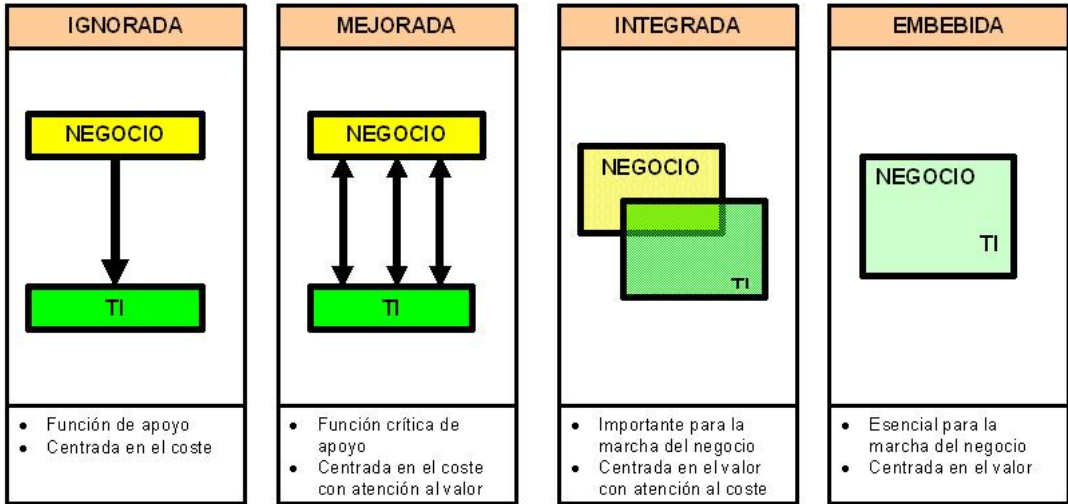
Conceptos clave



Conceptos clave



CAMBIO DE VISIÓN EN LA RELACIÓN NEGOCIO/TI



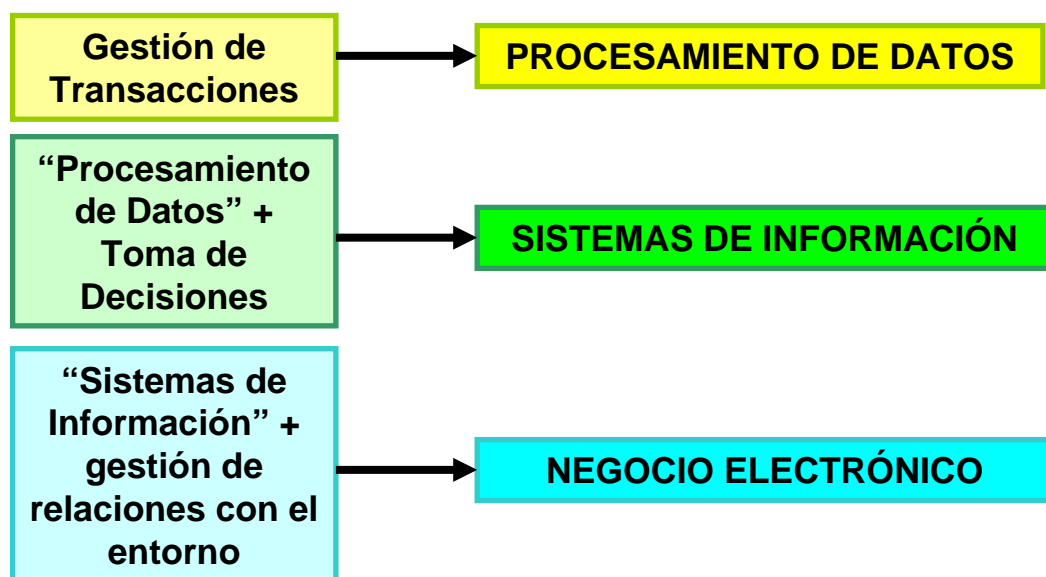
← Situación actual → Situación futura

Conceptos clave



- Históricamente, las relaciones entre el departamento de TI de una empresa y sus directivos han sido parecidas a la separación entre la Iglesia y el Estado. Bueno, los tiempos están cambiando”
 - Jane Falla, editora de “eBusiness Advisor” (2000)

Conceptos clave



Nuevas reglas (1)



- Productos:
 - De estandarizados a personalizados
 - Mayor contenido de información
- Procesos:
 - Marketing: de masivo (1:M) a personalizado (1:1)
 - Distribución: eliminación de intermediarios / nuevos intermediarios
 - Fabricación: reducción del ciclo de vida del producto.

Nuevas reglas (2)



- Consumidores:
 - Mayor exigencia (“gratis, perfecto y ahora”
 - Mas capacidad de discernir: tamaño de mercado
1
- Ventaja competitiva:
 - Facilidad en la duplicación de las tecnologías
 - Las estrategias históricas fallan.

Nueva terminología



- Rediseño de la intermediación
- Personalización masiva
- Efecto red
- Transparencia de precios
- Conflicto entre canales
- Autoservicio

Lecciones aprendidas (o a aprender) de la burbuja “punto.com” (1)



- No todo va a ser un éxito.
- La estrategia “yo también” no funciona.
- El beneficio es la medida principal.
- Convertirlo en ebusiness no hace bueno un mal negocio.

Lecciones aprendidas (o a aprender) de la burbuja “punto.com” (2)



- Lo fundamental de ebusiness es la gestión de la información y la conexión en red.
- La gestión del cambio es crítica
- La competencia basada en precio es ineficaz.
- La presencia en línea es necesaria pero no suficiente.