

Actividad 1. Cuestionario.

1. ¿A que le llamamos mercadotecnia electrónica?

- Es el estudio de las **técnicas** del uso del Internet para **promocionar y vender** productos y servicios. Estas estrategias se plasman dentro de un plan de mercadotecnia en línea que incluyen la publicidad de pago por clic, los anuncios en páginas web, los anuncios de correo masivo, etc. (Ismael, 2013)
- La Mercadotecnia Electrónica es el estudio de la implementación de **estrategias** que permitan la promoción y venta de productos y servicios, a través de medios electrónicos, principalmente Internet. (Guerrero, s.f.)
- La mercadotecnia electrónica es el conjunto de estrategias utilizadas por las empresas para aumentar la visibilidad y **la fuerza de sus marcas** en los medios y canales electrónicos, principalmente los digitales. (Rockcontent, 2018)



DEFINICIÓN PROPIA:

La mercadotecnia electrónica es el conjunto de diversas técnicas que se utilizan para aumentar la promoción de sus productos y servicio a través de medios digitales. Alma Coronado

2. Presenta tres definiciones de lo que es un negocio electrónico

- Los negocios electrónicos se refieren exclusivamente a las empresas de internet, pero también pueden referirse a **cualquier tipo de negocio que utiliza la tecnología de internet** para mejorar la productividad y la rentabilidad. (LORETTE, 2012)
- Negocio electrónico o **e-business**, (acrónimo del idioma inglés electronic y business), se refiere al conjunto de actividades y prácticas de gestión empresariales resultantes de la incorporación a los negocios de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) generales y particularmente de Internet, así como a la nueva configuración descentralizada de las organizaciones y su adaptación a las características de la nueva economía. (site.google.com , s.f.)
- El e-business consiste principalmente en la distribución, compra, venta, marketing y suministro de información complementaria para productos o



servicios a través de redes informáticas como Internet, Intranet u otras redes informáticas. (www.empredices.com , s.f.)

DEFINICIÓN PROPIA:

Empresas que utilizan los medios electrónicos para suministrar información acerca de sus productos o servicios, así como realizar la venta y promoción de los mismos. Alma Coronado

3. Presenta un análisis FODA de la utilización del Internet como medio para realizar negocios. Presenta conclusiones personales.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
● Rápido ● Fácil de utilizar ● Puedes estar en cualquier parte del mundo ● El tiempo no es inconveniente	✓ Expansión de opciones ✓ Nuevas formas de negocio ✓ Posibilidad de vender productos en otros países ✓ Disminuir costos ✓ Disponibilidad
DEBILIDADES	AMENAZAS
- o Desconfianza - o Falta de información - o Entregas tardadas por la distribución	❖ Hackeo de información ❖ Extorción ❖ Limitaciones a causa del idioma ❖ Diferencias culturales

CONCLUSIONES PERSONALES.

El internet como medio para realizar negocios es tendencia a causa de muchas situaciones como el tiempo de traslado, la pandemia, e incluso por comodidad de los mismos negociantes, sin duda el internet es una herramienta bastante útil, sin embargo, también existen situaciones que te hacen sentir vulnerable y causan una sensación de desconfianza. Alma Coronado

4. ¿Qué es comercio electrónico?

Proceso de compra y venta de productos por medios electrónicos, como aplicaciones móviles e Internet.

El comercio electrónico se refiere tanto al comercio minorista en línea como a las compras en línea, así como a las transacciones electrónicas. El comercio electrónico ha aumentado enormemente en popularidad en las últimas décadas y, en cierto modo, está reemplazando a los tradicionales tiendas de ladrillo y mortero.

El comercio electrónico le permite **comprar y vender** productos en un escala global, veinticuatro horas al día sin incurrir en los mismos gastos generales como lo haría con la ejecución de un tienda de ladrillo y mortero. Para la mejor combinación de marketing y la mejor tasa de conversión, una empresa de comercio electrónico también debe tener una presencia física; esto se conoce mejor como tienda de clic y mortero.

(L., 2021)

En términos generales, el comercio electrónico es **la compra-venta de productos o servicios a través de Internet** y redes informáticas. Además, conlleva tareas como el marketing, contenidos e información en la red. Todo ello supone una revolución en la manera en la que las empresas se comunican y desarrollan su actividad comercial.



La importancia de este método es la accesibilidad que los clientes de una empresa pueden tener a los productos o servicios que ofrece la empresa, desde cualquier lugar y en cualquier momento.

(N.A, 2020)

El comercio electrónico, es el intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente Internet. Un término que se usa como sinónimo al hablar del eCommerce es el **e-Business**. Aunque este último es más amplio y de hecho engloba a otros términos como: e-payment, e-logistics, front-and-back-office y muchos más.

Siguiendo con el eCommerce, este sector tiene ramificaciones y usa tecnologías como el **mCommerce**, que se refiere a compras online vía dispositivos móviles, **fintech**, manejo de la cadena de suministros, marketing digital, procesamiento de

transacciones, intercambio de datos electrónicos, manejo de sistemas de inventario y sistemas de recolección de datos.

(RAMOS, 2021)

CONCLUSIONES

Es una inversión rentable, pues al ser a través de internet se reducen gastos como el pagar una renta y por lo tanto puede crecer rápidamente el negocio. Alma Coronado

5. Realiza un cuadro comparativo de los siguientes conceptos: e-business, e-commerce y e-marketing, cuál es su relación, cuál es su diferencia. Presenta tus conclusiones propias.

	E-BUSINEES	E-COMMERCE	E-MARKETING
DEFINICIÓN	Es una nueva forma de afrontar la completa transformación de las relaciones de negocios de manera eficiente, veloz, innovadora y creadora de valor.	El comercio electrónico, es el intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente internet.	Es la aplicación de los principios y técnicas de marketing a través de medios electrónicos y, mas concretamente, internet. El eMarketing es el proceso de comercialización de una marca a través de internet e incluye tanto elementos de marketing de respuesta directa e indirecta como tecnologías para ayudar a conectar a las empresas con sus clientes.

RELACIÓN	• Expansión de mercado • Agilización y automatización en el proceso de pedidos • Se puede a un público en especial. • Se tiene comunicación directa con el consumidor	Es incluido el uso del sitio de una organización u empresa en función de técnicas promocionales en línea.	• Se emplean nuevas formas de atender al público. • La operación del negocio se agiliza. • Se emplea una nueva estrategia para relaciones con clientes y proveedores.
DIFERENCIA	La compra y venta de bienes y servicios a través de Internet se conoce como e-commerce. A diferencia del e-business, que es una presencia electrónica del negocio, por el cual todas las actividades comerciales se llevan a cabo a través de Internet	• Cubre los procesos por los cuales se llega a clientes y proveedores. • La estrategia es aplica mas hacia las ventas. • Se hace un análisis para incrementar las ventas y así tener una mejor comercialización.	Es basado en conectar a las empresas con los clientes ya sea de manera directa o indirecta.

Conclusiones

El e-commerce, e-marketing y e-businesses están en pleno desarrollo y creo que la sociedad ahora es más tecnológica y debemos de adaptarnos a los cambios que están ocurriendo en base a la tecnología por lo cual debemos adaptar también los

negocios para seguir siendo competitivos en los productos que se ofrezca. Alma Michel

6. ¿Cuáles son las oportunidades y riesgos en internet?

Oportunidades:

1. Creó nuevas oportunidades para la participación
2. Permite expresarse, hacerse escuchar y ejercer el derecho a actuar por el bien común
3. Promueve una cultura participativa que fortalece el compromiso social, a través de diferentes plataformas y herramientas.
4. Promueve el diálogo entre personas que no se conocen.
5. Integra a los otros en base a la colaboración y a la construcción de redes de intercambio, para resolver problemas, impulsar proyectos y pensar ideas que mejoren la vida de la sociedad.
6. La web brinda la oportunidad de interactuar con públicos muy diversos y valorar las múltiples miradas que existen sobre un mismo tema.
7. Crear una tienda Online
8. Marketing de afiliado: consiste en recomendar productos en línea, y por cada producto que recomiendas y son comprados recibes una comisión.
9. Multinivel: que consiste ingresar una compañía que promueva un producto de alto consumo.
10. Uso del sitio web para complementar un negocio ya establecido.



❖ Riesgos:

1. “Discurso de Odio”, “Ciberbulling”, “Noticias falsas”
2. El contenido que se comparte puede ser usado por personas desconocidas, con fines no deseados.
3. Encontrarnos con estafadores que ofrecen oportunidades de negocio.
4. Carencia de infraestructura de distribución y entrega de pedidos
5. Capacidad de procesamiento confidencial de la información
6. Detección de diferencias culturales
7. Compras inducidas por publicidad abusiva
8. Suplantación de identidad

Conclusiones Personales

El internet puede impulsar nuestro potencial en cualquier aspecto, ya sea emprendiendo y manteniendo una estrecha relación con los clientes en los que

podrás mantenerlos informados o simplemente para relacionarnos con personas y conocer nuevas culturas. Alma Coronado

7. Presenta una línea del tiempo sobre la Historia del internet.



8. ¿Qué es la World Wide Web (www).?

La World Wide Web —comúnmente conocida como WWW, W3, o la Web— es un **sistema interconectado de páginas web públicas** accesibles a través de Internet (art. en inglés). La Web no es lo mismo que el Internet: la Web es una de las muchas aplicaciones construidas sobre Internet (MDN Web Docs, 2021)

Funcionamiento: su función es ordenar y distribuir la información que existe en internet. (FotoNostra: Fotografía y diseño gráfico digital)

CONCLUSIÓN PROPIA:

Muchas de las empresas han cambiado a lo largo de la historia y con ello la tecnología, un ejemplo de sus cambios es mostrarse al mundo en espacios de publicidad en internet. Alma Coronado

9. ¿Cuáles son los tipos de comercio electrónico?

- Business-to-Consumer (B2C): Con las siglas B2C. Hacen referencia al comercio de empresas a particulares.
- Business-to-Business (B2B): Son transacciones de empresa a empresa y sus servicios

- Business-to-Employee (B2E): En este caso se establece una relación entre empresa y empleado.
- Business-to-Administration (B2A): La relación de empresa con Administración en comercio.
- Business-to-Investors (B2I): Cuando la relación comercial busca ofrecer servicios a los inversores, estamos hablando de relación empresa-inversor.
- Consumer-to-Business (C2B): Una transacción menos habitual es el comercio de cliente a empresa, dando la vuelta al concepto tradicional B2C.
- Consumer-to-Consumer (C2C): Al establecer una relación comercial de cliente a cliente hablamos de C2C.
- Administration-to-Consumer (A2C): Los trámites que implican a la administración pública y al ciudadano final van bajo las siglas A2C.
- Administration-to-Business (A2B): Del mismo modo que la Administración ofrece la realización de trámites y pagos a los ciudadanos, así lo hace con las empresas.

(EmpresaActual, 2020)

CONCLUSIÓN PROPIA:

Estos tipos de comercio ayuda en la economía mundial por los distintas formas de compras y ventas no solo en una parte de la localidad si no también en forma internacional. Alma Coronado

10. ¿Qué es la investigación de mercados en línea, explica su funcionamiento, cuáles son sus herramientas y explica porque es importante? Anota tus fuentes de acuerdo al criterio APA, anota tus conclusiones personales.

La investigación de mercados online es un **método de recolección de datos** que se realiza a través de Internet. (questionpro)

Analizar información objetiva para permitir a los responsables de la planificación estratégica de la empresa reducir el riesgo en la toma de decisiones.

Al realizar una investigación de mercado se recurre a una serie de técnicas y herramientas sistemática de información:

- Técnicas de investigación cuantitativa, como las encuestas y las técnicas de observación. Se trata de obtener información para medir la dimensión de lo que se desea estudiar; describe hechos observables en términos cuantitativos.
- Técnicas de investigación cualitativa, como las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión, las técnicas proyectivas y la etnografía. Estas

técnicas permiten obtener información para comprender la naturaleza y la conducta humana. (EMPRESA, 2020)

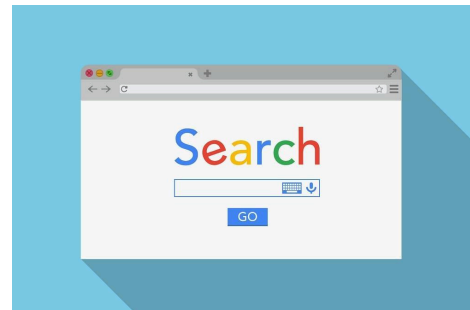
CONCLUSIÓN PROPIA:

La facilidad del internet y programas con herramientas gratis para el mercado en línea Alma Coronado

11. ¿Qué buscadores se recomiendan para realizar investigación de mercados en línea? señala sus ventajas de cada uno y tus conclusiones generales. Anota tus fuentes de acuerdo al criterio APA.

Google trends:

- Podrás conocer qué webs se buscan más.
- Cuáles tienen más tráfico.
- Analizar la competencia.
- Saber qué productos en la actualidad se buscan más para hacer ofertas concretas. (Jimenez, 2012)



Topsy:

- Permite mostrar un mapa exacto y puntual de los términos, enlaces, fotos, vídeos e influencers.
- Es posible realizar comparativas con Social Analytics. (Qudsi, 2012)

Socialmention:

- Es multiplataforma; cuenta con aplicación web, versión de escritorio para PC, MAC o Linux, app para Chrome y aplicaciones tanto para dispositivos con iOS como el iPhone como para el sistema operativo Android. Esto facilitará mucho la labor del equipo responsable.
- Es ideal para el trabajo en equipo, permitiendo asignar tareas, por ejemplo, al Community Manager contestar a un Tweet, a un responsable de marketing que comente en un blog que nos menciona etc. (Alex C, 2012)

Boardreader:

- Acceso gratuito y sin registro.
- Busca la información en tiempo real
- Búsqueda avanzada:
- Filtro por idiomas
- Filtro por meses/años
- Filtro por foro
- Gráfico con las entradas que hay con la referencia Kindle: buscas por periodo de actividad, por valores absolutos o relativos, etc.. durante el periodo que indiques te puede calcular los post entrados por día y por el total del periodo. (Mglobal, 2014)

CONCLUSIONES GENERALES:

Investigación de mercados es importante ya que es una herramienta que nos ayuda a conocer nuestra competencia de una forma mas precisa.

Coronado Garcia Alma Michel

12. ¿Cuáles son las tendencias futuras del e-marketing, anota tus fuentes de acuerdo al criterio APA y tus conclusiones personales.

- 1) Las 5A del marketing
- 2) El storydoing.
- 3) La fragmentación de la televisión OTT
- 4) El crecimiento de los eSports

Tendencias de marketing para 2021: formatos y tecnologías

- 5) La shoppable TV
- 6) Los eventos virtuales y la formación en vídeo
- 7) Los viajes de cliente automatizados, basados en IA y machine learning
- 8) La publicidad programática en wearables, TV y radio
- 9) La inteligencia artificial y la realidad aumentada en ecommerce
- 10) La identificación biométrica
- 11) El procesamiento de lenguaje natural (NLP) basado en big data

Tendencias de marketing para 2021: novedades de Google

- 12) El rastreo de HTTP2
- 13) La caída de las cookies de terceros
- 14) Campañas de vídeo para las plataformas de streaming en Google Ads
- 15) Las campañas inteligentes de Shopping
- 16) Google Analytics 4
- 17) Shoploop
- 18) YouTube Video Builder

Tendencias de marketing para 2021: redes sociales

- 19) La limitación del número de anuncios en Facebook Ads

20) La publicidad self-service en TikTok

21) Los Studio Ads de Spotify

22) LinkedIn Stories y Twitter Fleets

23) Las compras en WhatsApp

Tendencias de marketing para 2021: marketing de contenidos

24) El contenido interactivo

25) Las pillar pages y topic clusters (Cardona, 2014)

CONCLUSIÓN PERSONAL:

En la actualidad el consumidor tiene nuevas expectativas y nosotros como empresa debemos innovar para fidelizar a nuestros consumidores.

Alma Coronado

13. Qué son y cuáles sistemas basados en el pago electrónico existen, explica cómo funciona cada uno de ellos.



Un sistema de pago electrónico es un **sistema de pago que facilita la aceptación de pagos electrónicos** para las transacciones en línea a través de internet.

Los sistemas de pagos electrónicos, realizan la **transferencia del dinero entre compradores y vendedores** en una acción de compra-venta electrónica a través de una entidad financiera autorizada por ambos. Es, por ello, una pieza fundamental en el proceso de compra-venta dentro del comercio electrónico.

- PayPal - Es el pago electrónico más usado por su seguridad y flexibilidad. PayPal funciona como mediador entre comprador y vendedor, protegiendo los datos personales del comprador y certificando la compra. La cuenta se puede recargar por medio de una tarjeta bancaria o una transferencia electrónica.
- Tarjeta - Ya sean de débito o crédito, las tarjetas permiten realizar pagos digitales con el aval de la entidad bancaria, que asegura una compra libre de fraudes con el código de verificación de la tarjeta, reflejando el cobro de manera inmediata.

- Pagos con smartphone - Con la proliferación de los smartphones han surgido monederos virtuales en forma de apps que almacenan los datos bancarios de los usuarios y permiten realizar compras con el toque de un dedo. Apple Pay y Google Wallet son los más populares.
- Moneda virtual - Las monedas virtuales están revolucionando los pagos digitales porque son imposibles de falsificar, facilitan el intercambio de divisas, protegen la identidad de ambas partes y, a diferencia de un banco, no están centralizadas. En la actualidad, Bitcoin es la más utilizada pese a la constante fluctuación de su valor respecto a otras monedas. (Anahuat, s.f)
- Mercado Pago. Como brazo administrativo del gigante MercadoLibre, es natural que se encuentre en posición de liderazgo. Uno de sus atributos fundamentales es que Mercado Pago tiene un programa para proteger 100% de la transacción que haga el comprador en esta plataforma.
- Open Pay. Open Pay funciona con efectivo, tarjetas de débito y crédito y transferencias bancarias. Con ella puedes interactuar con clientes nacionales e internacionales. Uno de sus puntos fuertes es que se han enfocado en ofrecer un protocolo anti-fraude como elemento diferenciador entre los medios de pago.
- Pagamóvil. Pagamobil es una aplicación gratuita que funciona como un medio de pago integrado a más de 50 servicios, entre los que destacan Amazon, Megacable, Movistar, Cablevisión, Sky y At&t (jumpseller, s.f)