DETALLAR AQUÍ EL TÍTULO DE SU PONENCIA

Detallar aquí el Nombre de autor 1

Detallar aquí el Nombre de autor 2

Detallar aquí el Nombre de autor 3

TÍTULO DE PONENCIA

Nombres y Apellidos de los autores, afiliación del autor

**Resumen**

El resumen se redacta en tercera persona y en pasado. Debe contener de 150 a 200 palabras como máximo, no debe incluir ecuaciones o referencias. Elimine las palabras y oraciones innecesarias.

**Palabras Claves:** (Entre 3 y 5 palabras)

Subtítulo nivel 1

Comúnmente los investigadores definen al comercio electrónico o ecommerce como una subdivisión dentro del Negocio electrónico (E-business) que involucra la compra, venta e intercambio de productos y servicios con clientes u otras empresas a través de redes de sistemas (Mahadevan, 2000) . Es por tanto necesario conceptualizar en primera instancia al e-business como antecedente para contextualizar al comercio electrónico, especialmente considerando que según Jones et al. (2000), siempre ha existido un área gris en la diferencia entre el Ecommerce y el Ebusiness.

Comúnmente los investigadores definen al comercio electrónico o ecommerce como una subdivisión dentro del Negocio electrónico (E-business) que involucra la compra, venta e intercambio de productos y servicios con clientes u otras empresas a través de redes de sistemas (Mahadevan, 2000) . Es por tanto necesario conceptualizar en primera instancia al e-business como antecedente para contextualizar al comercio electrónico, especialmente considerando que según Jones et al. (2000), siempre ha existido un área gris en la diferencia entre el Ecommerce y el Ebusiness.

Comúnmente los investigadores definen al comercio electrónico o ecommerce como una subdivisión dentro del Negocio electrónico (E-business) que involucra la compra, venta e intercambio de productos y servicios con clientes u otras empresas a través de redes de sistemas (Mahadevan, 2000) . Es por tanto necesario conceptualizar en primera instancia al e-business como antecedente para contextualizar al comercio electrónico, especialmente considerando que según Jones et al. (2000).

*Figura 1.*

**Relación entre SCM, ERP Y E-commerce.**

Cara anterior de ERP

Cara posterior de SCM

Cara posterior de e-commerce

e- c

o

m

m

e

r

c

e

Gestión de página web

Gestión de transacciones

Gestión de relación con el Cliente

Planeación de Recursos de la Empresa (ERP)

Gestión de cadena de abastecimiento (SCM)

Finanzas y contabilidad

Manufactura

Recursos humanos

Gestión de Órdenes

Ventas

Fuentes

Recibo

Inventario

Logística

Distribución

*Nota.* Datos tomados de Chuang (2001)

Subtítulo nivel 2

La clasificación más divulgada a nivel académico de clasificación de tipos de comercio electrónico los clasifica según los agentes que intervienen. Según Del Águila (2000), estos incluyen el comercio electrónico entre empresas (B2B), comercio electrónico entre empresas y consumidor (B2C), comercio electrónico entre consumidores (C2C), comercio electrónico entre empresas y administración pública (B2A), comercio electrónico entre consumidor y administración pública (C2A), comercio electrónico entre consumidor y empresa (C2B) y comercio electrónico entre “pares” (P2P).

**Cuadro 18.**

Etapas de adopción del e-commerce según Lawson et al

|  |  |
| --- | --- |
| **Etapas** | **Descripción** |
| Promoción | Promoción de productos y servicios |
| Provisión | Formularios online, información técnica, Links de preguntas frecuentes y valor agregado |
| Procesamiento | Ventas online, puesta de orden y pago en línea, consulta del estado de la orden, conexión entre bodega y conexión con distribuidores. |

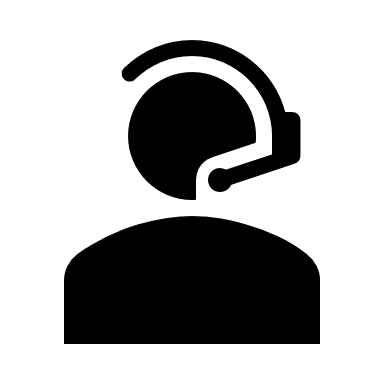
Fuente: Datos tomados de Lawson et al (2003)

Modelo IBM de Stone (2003)

Por su parte, Stone (2003) sugiere otro modelo denominado el modelo IBM de etapas y estados. Este modelo categoriza la adopción del comercio electrónico en tres etapas: etapa temprana, etapa de integración y la etapa avanzada. Dentro de la etapa temprana Stone propone 3 estados (acceso, publicación y transacción) En el estado “acceso” las empresas utilizan la web para email y páginas web simples. En el siguiente estado las empresas mantienen una página web y la usan para email y comunicar/publicar información del negocio. En el estado de “transacción” las empresas permiten a sus

REFERENCIAS

ACERCA DEL AUTOR



Msc. Nombre y Apellido del Autor

Resumen de biografía y méritos más importantes de los autores