

E- Business

El concepto de **“e-Business”** ya sustituyó al término de **“e-Comerce”**, con lo que se produce un cambio fundamental en el paradigma, de tal forma que el nuevo enfoque supera al anterior ampliando sus prestaciones de lo que tan sólo era una venta a través del carro de la compra. El e-business genera múltiples actividades y procesos adicionales de negocio que desarrollan las empresas a través del Networking, Mailing, blogs, etc.

Los ordenadores, las nuevas redes de comunicación, permiten automatizar gestiones, lanzamientos, intercambios y contactos relacionales que activan un nuevo tipo actividades destinadas a la mejora de las relaciones con los clientes, creando una nueva filosofía de convivencia comercial. El marketing directo es el resultado de esta forma creciente de actividad que viene motivado, principalmente, por la **interactividad**.

Los resultados de una campaña de marketing directo son más fácilmente medibles que los resultantes de otras herramientas de comunicación.

Según Wikipedia, la cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido extraordinariamente debido a la propagación de Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, la administración de cadenas de suministro, el marketing en Internet, el procesamiento de transacciones en línea (OLTP), el intercambio electrónico de datos (EDI), los sistemas de administración del inventario, y los sistemas automatizados de recolección de datos.

Para tener un *e-Business* es necesario contar con todo un respaldo de una serie de tecnologías de información, así como indiscutiblemente es imprescindible una estrategia en la organización si son utilizadas una serie de herramientas que permiten a ésta desenvolverse más rápidamente y obtener la satisfacción en sus diferentes canales.

Asimismo, Siebel² declara que es de gran importancia para la organización contar con diferentes tecnologías que le proporcionen estos beneficios, para mantener efectiva cada una de las partes de la misma.

Las tecnologías de información para *e-business*, a las cuales se referían cada uno de estos autores, son los siguientes:

- **CRM**, Administración de la Relación con el Cliente (*Customer Relationship Management*). (Siebel², 2003).
- **SCM**, Administración de la Cadena de Suministros (*Supply Chain Management*). (Larson, 2001).
- **BI**, Inteligencia del Negocio, (*Business Intelligence*). (Raymond, 2003).
- **KM**, Administración del Conocimiento, (*Knowledge Management*). (Allard Suzie y Holsapple Clyde, 2002).
- **ERP**, Planeación de los Recursos Empresariales (*Enterprise Resource Planning*). (Kuei Chu-Hua, 2002).