



ARTÍCULO

4

Plataformas de venta en realidad aumentada una estrategia efectiva para negocios en línea

López, Jorge
Instituto Superior Tecnológico Bolívar, Ambato, Ecuador

Resumen: Las plataformas que utilizan realidad aumentada se crean por la necesidad de innovar los negocios tradicionales que se encuentran en grave peligro de permanencia debido al comercio electrónico que actualmente existe y reduce clientes potenciales que compran por medios digitales. El objetivo es publicar en la web a varias compañías para que se beneficien de estas ventajas del entorno virtual, favorece el intercambio inmediato de bienes y servicios lo que acelera el proceso de comercialización e inversión para quienes desean incorporarse al modelo del negocio. Para ello, visores 3D son usados por los clientes, que pueden acceder a tiendas virtuales en un entorno similar al de videojuegos de última generación mediante una aplicación móvil y por medio de una página web, brindando un método de compra en línea que permite visualizar los productos tridimensionalmente rompiendo el miedo de adquirir un bien basado únicamente en fotografías que son ofertadas actualmente en diferentes sitios web que permiten emular la sensación de la compra real. En la actualidad las redes sociales incursionan progresivamente en interacciones a través de internet, inevitablemente se está bombardeado con publicidad de formas muy diversas, brindando servicios como facturas mediante correo electrónico y procesos gratuitos de telefonía móvil que algunas empresas han aprovechado para crear sus negocios en línea con gran éxito.

Palabras clave: Plataforma, Negocios, Innovación, Tecnología, Internet

Platforms of sale in augmented reality an effective strategy for online business

Abstract: Platforms that use augmented reality are created by the need in order to innovate traditional businesses that are in serious danger of permanence due to the electronic commerce that currently exists and reduce potential customers who buy through digital media. The objective is to publish on the web several companies to benefit from these advantages of the virtual environment; it favors the immediate exchange of goods and services, which accelerate the commercialization and investment process for those who wish to join the business model. To achieve this, 3D viewers are used by customers that can access virtual stores in an environment similar to the latest generation video games by using a mobile application through a web page, providing an online purchase method that allows them to view the products three-dimensionally, breaking the fear of acquiring a good based solely on photographs that are currently offered on different websites that allow to emulate the sensation of a real purchase. Currently, social networks progressively engage in interactions through the Internet, inevitably it is bombarded with advertising in many different ways, providing services such as invoices through email and free mobile phone processes that some companies have taken advantage in order to create their online businesses with great success.

Keywords: CAD, 3D objects, disability, motor, free software, free CAD.

1

INTRODUCCIÓN

Los negocios buscan potenciar efectivamente las ventas de bienes o servicios que ofertan sin duda el mercado objetivo está concentrado actualmente en las redes sociales o en internet mediante la publicación en una plataforma de realidad aumentada la misma que brinda la

posibilidad de adquirir productos en tiempo real y a domicilio, se logra un posicionamiento local, nacional y en muchos casos mundial con transacciones con un crecimiento constante en los negocios mediante el intercambio seguro de bienes y servicios.

Promover una campaña en medios digitales en la que se oferte el servicio de la plataforma con beneficios de registro para nuevos socios, los mismos que a su vez pueden ofrecer promociones atractivas para los futuros clientes quienes mientras revisan sus redes sociales se vean atraídos a la adquisición otros productos, aprovechando las características que poseen las aplicaciones de Google se puede llegar al consumidor en tiempo real con el único requisito de suscribirse a la aplicación y con la incorporación de una app Augment 3D gratuita se puede simular una compra en tiempo real.

La estrategia consiste en traspasar las barreras que tiene el usuario por el temor a comprar con tarjeta de crédito, debido al poco conocimiento del acceso a tarjetas con un cupo único establecido para compras en línea, beneficio que otorgan diferentes entidades financieras y será prioritario el asesoramiento directo desde el momento de la primera adquisición.

Al ser un modelo de negocio en línea la inversión se reduce al pago del alojamiento del sitio web el mismo que puede ir aumentando acorde a los requerimientos, por lo cual es factible y de bajo impacto ambiental, y la rentabilidad está enmarcada en el cobro por comisión por margen de ventas y por la entrega a domicilio.

Finalmente, se puede concluir que el asesoramiento a los negocios que forman parte de estas plataformas tienen un paquete integral de beneficios administrativos, comerciales y de gestión, que es el valor agregado que se otorga en relación a otros sitios web que no cuentan con realidad aumentada, entrega a domicilio y asesoramiento permanente de sus miembros quienes han sido víctimas de estafas debido al no conocer la procedencia o ubicación física de los negocios.

2 MARCO TEÓRICO/ METODOLOGÍA

Las ventas en línea se crean por la necesidad de incrementar el mercado objetivo aplicando las TIC mediante un proceso sistémico que consiste en trasladar los productos y servicios a la web, luego mediante ofertas y promociones en redes sociales estas se proliferan y alcanzan a varios compradores (Méndez, 2017).

Las plataformas de ventas han crecido notablemente debido al éxito alcanzado por Amazon y Alibaba que actualmente son precursores de este modelo de negocio, el mismo que ha llegado a constituirse con éxito debido a la visión y preparación de sus directivos (Verbeke y Kano, 2015)

En tal virtud las personas que dominan la tecnología tienen la posibilidad de crear una plataforma que brinde los mismos beneficios para negocios de tal manera que se requiera simplemente una suscripción y aceptar las condiciones de porcentajes por comisión de venta para entrar en este mundo ilimitado de oportunidades comerciales. (Meng, 2017).

Una visión clara de negocio y un correcto manejo gerencial son muy importantes para observar las ventajas que se obtiene al mantener una publicidad permanente las 24 horas del día los 365 días del año en un mercado que cubre el acceso a nivel mundial (Kenney y Zysman, 2016)

La metodología de desarrollo fue Proceso Unificado de Racional que está enmarcada en la categoría de ágiles, para garantizar la producción de la plataforma y que satisfaga las necesidades que está basada en crear una plataforma que incorpore aplicativos móviles y mediante el uso de visores 3D permita que el usuario pueda entrar en varios negocios registrados en la plataforma a manera de centro comercial, de tal forma que realice sus compras de manera simulada, finalmente la incorporación de pago mediante tarjeta de crédito y la entrega a domicilio cierra el proceso de compra de manera efectiva. (Chadha, 2017).

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultado se obtuvo una plataforma en línea que permite ofertar locales comerciales mediante Google Maps el usuario por medio del uso de la app Augment y visores 3D puede ingresar de manera virtual, observar los productos en tres dimensiones, girarlos, visualizar los diferentes colores y precios, de tal manera que los va ingresando al carro de compras y finalmente realiza su pago mediante Paypal.

Para la ejecución de este modelo de negocio una de las dudas más significativas es la confianza del cliente tanto del empresario que se incorpora a la plataforma como del usuario final que realiza la compra es sin duda el que determina el éxito o fracaso.

Cuando el cliente final recibe un producto que cubre con las características específicas de calidad, precio, garantía y tiempo de entrega se considera un negocio serio seriedad y en muchos casos no hace falta que se invierta en vuelos aéreos y gastos en traslados si el producto puede llegar en menor tiempo a la puerta de su casa con pocos minutos y unos cuantos clics.

El ciclo de negocio en línea que permite alcanzar los logros esperados debe cumplir:

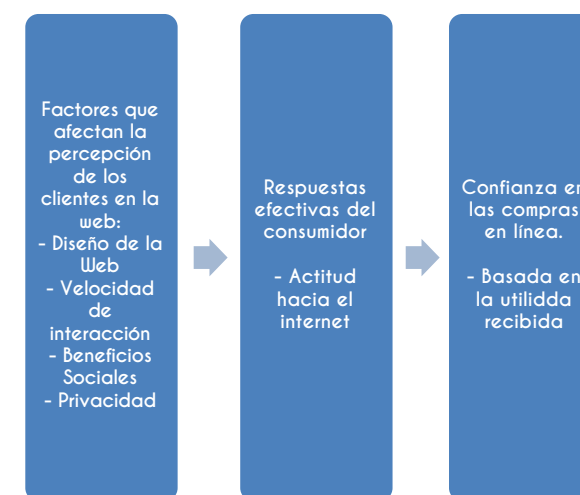


Fig. 1. Modelo de jerarquía de aprendizaje estándar.
Fuente: Autor

4 CONCLUSIONES

- ▶ Las ventas mediante el comercio digital tienen muchas ventajas en el aspecto de inversión, alcance y volumen de ventas lo que favorece a la expansión de un negocio a gran escala. Las redes sociales y el internet han disminuido la contratación de publicidad en medios de comunicación tradicionales como prensa y televisión debido al uso de telefonía móvil siendo actualmente atractivas para difundir un negocio.
- ▶ Incorporar la realidad virtual mediante visores 3D, aplicaciones móviles gratuitas y los servicios de Google generan una estrategia de compra que hace atractivo al usuario y le genera una simulación de una compra real que sumado a la seguridad de comprar en línea producen confianza.

5 REFERENCIAS

- Chadha, R. (2017). Amazon makes its first move in Southeast Asia, eMarketer, June 27. Retrieved from <https://retail.emarketer.com/article/amazon-makes-its-first-move-southeast-asia/597a5dc1ebd40003acdf2dcd>
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61-69
- Méndez, D. R. (2017). La revolución en los hábitos de uso y consumo de video en teléfonos inteligentes entre usuarios millenials, la encrucijada revelada.
- Meng, J. (2017). Alibaba seeking to reshape retail industry through big data, cloud computing. *South China Morning Post*, July 11.
- Verbeke, A., & Kano, L. (2015). The new internalization theory and multinational enterprises from emerging economies: A business history perspective. *Business History Review*, 89(3), 415-445.