

Práctica 8. Workflow

Introducción

El Workflow se puede definir como la automatización de un proceso de negocio, en parte o completamente, durante el que se pasan documentos, información o tareas entre participantes (recursos: hombres o máquinas) para actuar, de acuerdo a un conjunto de procedimientos regulados.

Empleando la solución Process Maker (<http://www.processmaker.com/>) construya un workflow de alguno de los modelos de negocios que se enumeran en el **anexo A**. El workflow desarrollado debe incluir tareas, personal y bifurcaciones o decisiones. Se valorará la inclusión de documentos de entrada, salida, disparadores u otro componente a destacar en su aportación. Los trabajos se realizarán de forma individual.

Entregue el modelo de workflow desarrollado junto con una pequeña descripción del proceso de negocio que modele, a través del campus virtual. Use las opciones de exportar dentro de la plataforma para obtener el proyecto que desarrollo.

Se valorará la calidad, iniciativa, y grado de elaboración de los modelos. La fecha de entrega aparecerá en el campus virtual de la asignatura.

Modelos de negocio en Internet

- Brokerage (Corretaje)
- Advertising (Publicidad)
- Infomediary (Infomediarios)
- Merchant (Comerciantes)
- Manufacturer (Direct) (Manufactureros)
- Affiliate (Afiliación)
- Community (Comunidades)
- Subscription (Suscripción)
- Utility (Utilización)

Modelo de Corretaje (Brokerage)

- Los corredores (brokers) son creadores de mercados: ellos atraen a compradores y vendedores y facilitan las transacciones. Los brokers frecuentemente juegan un rol en los mercados de negocio a negocio (B2B), negocio a consumidor (B2C), consumidor a consumidor (C2C). Usualmente un broker carga una cuota o comisión por cada transacción que propicia. La fórmula para las cuotas puede variar. Los modelos de corretaje incluyen:
- ***Mercados de Intercambio:*** Ofrecen una gama completa de servicios que cubren el proceso de la transacción, desde evaluación de mercados hasta la negociación y la entrega de mercancías. Los intercambios operan independientemente o son respaldados por un consorcio industrial. [**Orbitz , ChemConnect**]
- ***Cumplimiento de Compra/Venta:*** Toma las órdenes de un cliente para comprar o vender un producto o servicio, incluyendo términos como precio y entrega. [**CarsDirect , Respond.com**]
- ***Sistema Colector de la Demanda:*** El modelo patentado "nombra-tu-precio" iniciado por Priceline.com. El comprador prospecto hace una oferta final (amarre) para un bien o servicio específico y el corredor arregla el cumplimiento. [**Priceline.com**]

Modelo de Corretaje (Brokerage)

- ***Corredor de subastas:*** Conduce subastas para vendedores (individuos o comerciantes). El corredor carga una cuota determinada al vendedor en base al valor de la transacción. Las subastas varían ampliamente en términos de las reglas para realizar ofertas. [eBay]
- ***Corredor de Transacciones:*** Provee un mecanismo de pagos de terceros para compradores y vendedores para establecer una transacción. [Paypal, Escrow.com]
- ***Distribuidor:*** Es una operación de catálogo que conecta un gran número de fabricantes de productos con compradores de detalle y volumen. El corredor facilita las transacciones de negocio entre los distribuidores concesionarios y sus socios comerciales. []
- ***Agente de búsquedas:*** Un software de agente o "robot " usado para buscar el precio y la disponibilidad de un bien o servicio especificado por el comprador, o para localizar información difícil de encontrar. [MySimon]
- ***Mercado Virtual:*** O mall virtual, un servicio de hospedaje para comerciantes en línea que carga cuotas por disposición, listados mensuales y por transacción. Puede además proveer transacciones automatizadas y servicios de relaciones de mercado. [Amazon.com]

Modelos de publicidad

- El modelo de publicidad en la Web es una extensión del modelo tradicional de transmisión de medios. El medio de transmisión, en este caso, un sitio Web, provee contenidos (usualmente, pero no necesariamente, de forma gratuita) y servicios (como correo electrónico, salas de conversación y foros) mezclados con mensajes publicitarios en la forma de banners. Los banners pueden ser la principal o única fuente de ingresos para el medio. El medio puede ser un creador de contenidos o distribuidor de contenidos creados en cualquier lugar. El modelo de publicidad solo funciona cuando el volumen de tráfico por visitas es muy grande o altamente especializado.
- **Portal:** Usualmente un motor de búsqueda que puede incluir contenido variado o servicios. Un alto volumen de tráfico de usuarios hace la publicidad redituable y permite una mayor diversificación de servicios en el sitio. Un portal personalizado permite la personalización de la interfaz y el contenido para el usuario. Un portal de nicho cultiva una demografía de usuarios bien definida. **[Yahoo]**
- **Clasificados:** Lista artículos para venta o requeridos para compra. Las cuotas por listado son comunes, pero puede ver además una cuota por membresía. **[Monster.com, Match.com]**
- **Registro de Usuario:** Sitios basados en contenido que son de acceso libre pero requieren que el usuario se registre y proporcione información demográfica. El registro permite el rastreo durante de la sesión de los hábitos de navegación del usuario y por lo tanto genera información de valor potencial para campañas de publicidad dirigida. **[NYTimes Digital]**

Modelos de publicidad

- ***Colocación Pagada Basada en Consultas:*** Vende posicionamiento favorable de vínculos (p.ej. ligas patrocinadas) o publicidad relacionada con términos de consulta utilizados en una búsqueda, tal como el modelo "pago por funcionamiento" propiedad de Overture. **[Google, Overture]**
- ***Publicidad Contextual:*** Los desarrolladores de Software Libre (freeware) quienes colocan publicidad en sus productos. Por ejemplo, una extensión de un navegador que automatiza la autenticación y el llenado de formas y envía ligas o pop-ups con publicidad mientras el usuario navega en la red. Los publicistas contextuales pueden vender publicidad dirigida basada en el comportamiento de navegación de los usuarios. **[Gator, WhenU, Ezula]**
- ***Publicidad Orientada al Contenido:*** Iniciada por Google, extiende la precisión de la publicidad por búsqueda al resto de la Web. Google identifica el significado de una página Web y automáticamente envía anuncios relevantes cuando el usuario visita esa página. **[Google, Sprinks]**
- ***Intromerciales:*** Anuncios animados de pantalla completa colocados a la entrada de un sitio antes de que el usuario obtenga el contenido deseado. **[CBS MarketWatch]**
- ***Ultramerciales:*** Anuncios interactivos en línea que requieren que el usuario responda intermitentemente con el fin de esquivar el mensaje antes de alcanzar el contenido deseado. **[[Salon](#) in cooperation with Mercedes-Benz]**

Modelo Infomediario

- La información sobre los consumidores y sus hábitos de consumo son valiosos, especialmente cuando la información es analizada cuidadosamente y utilizada en campañas de mercadotecnia dirigida. La información recolectada independientemente sobre productores y sus productos es útil para los consumidores cuando están considerando realizar una compra. Algunas firmas funcionan como infomediarios (intermediarios de la información) asistiendo a los compradores y/o vendedores para que comprendan el funcionamiento de un mercado particular.
- **Redes Publicitarias:** Proveen banners a una red de sitios miembros, con lo cual permiten a los anunciantes formar grandes campañas de mercado. Las redes publicitarias obtienen información sobre los usuarios de la Web que puede ser utilizada para analizar la efectividad de su mercadotecnia. [DoubleClick]
- **Servicios de Medición de Audiencia:** Agencias de Investigación de mercados de audiencia en línea. [Nielsen, Netratings]
- **Mercadotecnia de Incentivos:** Programa de lealtad del cliente que provee incentivos a los consumidores tales como puntos acumulables o cupones para hacer compras de comerciantes asociados. La información obtenida sobre los usuarios es vendida para publicidad dirigida. [CoolSavings, MyPoints, GreenPoints]
- **Metamediario:** Facilita las transacciones entre compradores y vendedores brindando información amplia y servicios secundarios. [Edmunds]

Modelo del Comerciante

- Mayoristas y minoristas de bienes y servicios. La ventas pueden ser basadas en listas de precios o por medio de subastas.
- **Comerciante Virtual:** O e-tailer, es un comerciante de detalle que opera únicamente en la Web. [Amazon.com]
- **Comerciante de Catálogo:** Negocio de órdenes por correo con un catálogo basado en Web. Combina correo, teléfono y órdenes en línea. [Lands' End]
- **Click and Mortar:** Establecimiento tradicional brick-and-mortar (local físico) con una tienda en línea. [Barnes & Noble]
- **Vendedor de Bits:** Un comerciante que negocia estrictamente en el mercado de productos y servicios digitales, y en su forma más pura, conduce ventas y distribución sobre la Web. [Apples iTunes, Music Store]

Fabricante (Modelo Directo)

El Fabricante o "modelo directo", está fundamentado en la capacidad de la Web para permitir a un fabricante (p.ej. una compañía que crea un producto o servicio) para alcanzar a los compradores directamente y por lo tanto comprimir el canal de distribución. El modelo de fabricante puede ser basado en la eficiencia, mejora del servicio al cliente, y un mejor entendimiento de las preferencias del cliente. **[Dell Computer]**

- **Compra:** La venta de un producto en el cual el derecho de propiedad es transferido al comprador.
- **Renta:** A cambio de una cuota de renta, el comprador recibe el derecho de usar el producto bajo un acuerdo de "términos de uso". El producto es regresado al vendedor después de la expiración o por incumplimiento del contrato. Un tipo de acuerdo puede incluir un derecho de compra hasta la expiración del contrato de renta.
- **Licencia:** La venta de un producto que involucra solo la transferencia de derechos de uso para el comprador, en concordancia con el acuerdo de "términos de uso". Los derechos de propiedad se mantienen con el fabricante (p.ej. en el licenciamiento de software)
- **Contenido de Marca Integrada:** En contraste con el método de contenido patrocinado (i.e. el modelo de publicidad) el contenido de marca integrada es creado por el fabricante mismo para la base de posicionamiento de un producto. **[Bmwfilms]**

Modelo de Afiliación

En contraste con el portal generalizado, el cual busca llevar un alto volumen de tráfico a un sitio , el modelo de afiliación, provee oportunidades de compra en cualquier lugar que la gente pueda estar navegando. Esto se logra ofreciendo incentivos financieros (en la forma de un porcentaje de las ganancias) a los sitios asociados que se afilian. La afiliación provee puntos de compra y clics hacia el comerciante. Es un modelo de pago por rendimiento -- si un afiliado no genera venta, no representa costos para el comerciante. El modelo de afiliación está inherentemente bien adaptado para la Web, lo cual explica su popularidad. Algunas variaciones incluyen, intercambio de banners, pago por clic, y programas de compartición de ganancias. **[Barnes&Noble, Amazon.com]**

- ***Intercambio de Banners:*** Negocia la colocación de banners en una red de sitios afiliados.
- ***Pago por clic:*** Un sitio que paga a sus afiliados por el número de clics desde su sitio.
- ***Compartición de ganancias:*** Ofrece una comisión de porcentaje de la venta basado en clics desde el sitio del afiliado con lo cual el usuario compra un producto de forma subsecuente.

Modelo de Comunidad

La viabilidad del modelo de comunidad está basada en la lealtad del usuario. Los usuarios hacen una alta inversión de tiempo y emociones. Los ingresos pueden estar basados en la venta de productos y servicios secundarios o por contribuciones voluntarias.

- ***Código Abierto (Open Source):*** Software desarrollado voluntariamente por una comunidad global de programadores los cuales comparten código de forma libre. En lugar de otorgar licencias de código por una cuota, el código abierto depende de ingresos generados por servicios relacionados como integración de sistemas, soporte de productos, tutoriales y documentación de usuario. **[Red Hat]**
- ***Transmisión Pública:*** El modelo de contribución de usuario utilizado por transmisiones de radio y televisión extendidas por la Web. El modelo está basado en la creación de una comunidad de usuarios que soportan el sitio a través de donaciones voluntarias. **[The classical station]**
- ***Redes de Conocimiento:*** Sitios de discusión que proveen una fuente de información basada en compartir experiencias entre profesionales. **[AllExperts]**

Modelo de Suscripción

- Se hace un cargo a los usuarios de manera periódica -- diario, mensual o anual -- por suscribirse al servicio. No es raro en los sitios que combinen contenido libre con "contenido premium" (i.e. contenido solo para suscriptores o miembros). Las cuotas de suscripción son cobradas sin tomar en cuenta las tasas de uso. Los modelos de suscripción y publicidad son combinados frecuentemente.
- ***Servicios de Contenido:*** Provee contenidos en texto, audio o video a los usuarios que se suscriben por una cuota para obtener acceso al servicio. [**Listen.com, Netflix**]
- ***Servicios de Red de Persona a Persona:*** Son conducidos por la distribución de información enviada por usuarios, tal como individuos buscando antiguos compañeros de escuela. [**Classmates**]
- ***Servicios de Confianza:*** Se dan en la forma de membresías que cumplen con un código explícito de conducta, y en el cual los miembros pagan una cuota de suscripción. [**Truste**]
- ***Proveedores de Servicios de Internet (ISPs o PSIs):*** Ofrecen conectividad de red y servicios relacionados con una suscripción mensual. [**American Online**]

Modelo de Utilidad

- El modelo de utilidad o bajo pedido (on-demand) está basado en la medición de uso, método de pago inmediato. A diferencia de servicios de suscriptor, los servicios medidos están basados en las tasas de uso real. Tradicionalmente, la medición ha sido usada para servicios esenciales (p.ej. servicios de electricidad, agua, telefonía de larga distancia). Los ISPs en algunas partes del mundo operan como utilitarios, cargando a los consumidores por minutos de conexión, de manera opuesta con el modelo de suscripción común en Norteamérica. **[IBM]**
- ***Uso Medido:*** Mide y cobra a los usuarios basado en el uso real del servicio.
- ***Suscripciones Medidas:*** Permite a los suscriptores comprar acceso a contenidos en porciones medidas (p.ej. número de páginas vistas). **[Slashdot]**