

**“Unidad Profesional Interdisciplinaria
De Ingeniería y Ciencias Administrativas”**



*LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
INDUSTRIAL.
4to Semestre*

Profesor:
ANGEL GUTIÉRREZ GONZÁLES

Asignatura:
INFORMATICA ADMINISTRATIVA

UNIDAD TEMÁTICA No. 4





Equipo No. 5

Nombres:

- López Briseño Jessica
- Maldonado Velázquez César Irvin
- Miranda Navarro Valentina Michel
- Morales Osornio Leonardo
- Moreno Martinez Monserrat
- Victorino Bello Isis Mayte



INDICE

4.1 Los Ecosistemas Digitales (ED)

4.1.1 Elementos de un ED y su aplicación empresarial

4.1.2 Ventajas de los ED

4.2 Tipos de ED 4.2.1 Locales, características, ventajas y desventajas

4.2.2 Basados en la nube, ventajas y desventajas

4.3 Diseño de Modelos de Negocio (MN) con ED

4.3.1 Tendencias digitales que se pueden integrar y usar colaborativamente

4.3.2 Presencia de Plataformas en el mercado, oferta de ED y sus MN

4.3.3 Diseño de MN para una empresa basada en el ecommerce

4.3.4 Diseño de MN, apoyando estrategias de colaboración con otras empresas basadas en ED

4.4 Tipos de proyectos ED empresariales

4.4.1 Modelos e-commerce

4.4.2 Modelos de plataforma/Marketplace

4.4.3 Modelos freemium

4.4.4 Modelo de suscripción

4.4.5 Modelos basados en estrategias colaborativas y otros modelos

4.1 Los ecosistemas digitales ED

¿Para qué sirven los ecosistemas digitales?

- **Aumentar la visibilidad de la marca**
- **Crear puntos de contacto online para atraer tráfico cualificado y leads**
- **Generar comunidades de seguidores para identificar mejor a la audiencia**
- **Mejorar la atención y servicios de soporte al cliente**
- **Permitir la retroalimentación e interacción entre las marcas y sus clientes**
-

El sitio web es el punto central de toda estrategia digital. Es la carta de presentación del negocio que puede (y debe) ser actualizada constantemente, brindar un medio de contacto y soporte, además de servir como catálogo para que los clientes potenciales conozcan los productos y servicios que la empresa ofrece.

- **Redes sociales corporativas**

Actualmente, todas las empresas deben tener presencia en las redes sociales para tener un contacto más directo y cercano con sus clientes. Existen redes sociales adecuadas para cada tipo de empresa: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest y permiten difundir más información sobre la marca, resolver dudas, tener contacto directo con los clientes y crear una comunidad de seguidores.

- **Herramientas de medición**

Existen muchas herramientas de gestión de la información que se genera en tu página web y redes sociales y que brindan un panorama general para los indicadores clave de calidad (KPI) que ayudan a decidir el rumbo de las estrategias a tomar mediante las estrategias de marketing, que es el siguiente punto.

4.1.1 Elementos de un ED y su aplicación empresarial

- **Objetivos**

Están definidos por la empresa de forma clara y precisa, generalmente basados en tener mayor presencia y visibilidad. Buscan definir la imagen, reforzar la fidelidad de los clientes e incrementar las ventas del negocio.

- **Marca**

Define cómo es la empresa y cómo quiere ser reconocida ante el consumidor, dado que lleva el mensaje del producto que deseamos vender. Algunas veces resulta apropiado establecer alianzas que permitan el crecimiento sostenible de la empresa.

- **Medios digitales y otros dispositivos**

Es uno de los elementos más importantes en un ecosistema digital porque, a través de ellos, la marca o empresa tendrá presencia. Estos son

1. sitio web;
2. correos electrónicos;
3. blogs;
4. aplicaciones;
5. y redes sociales.

- **Análisis weB**

Consiste en el uso de indicadores clave de rendimiento, o KPI, para medir el crecimiento y desarrollo digital de las estrategias empleadas.

Ayuda en la toma de decisiones adecuada, con el firme propósito de efectuar las correcciones necesarias para mejorar el desempeño.

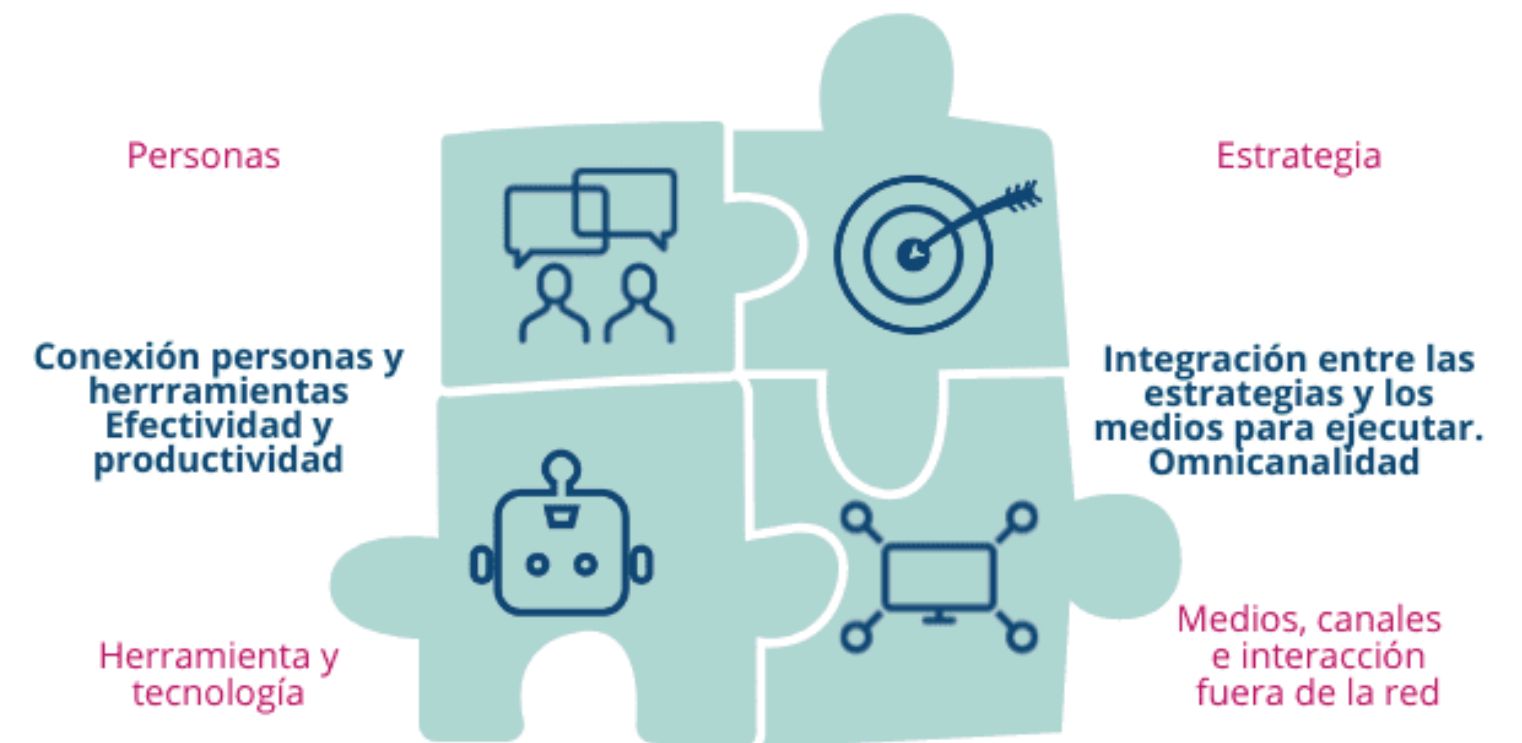
- **SEO y SEM**

Se emplean para evaluar las estrategias y técnicas de marketing en los motores de búsqueda (SEO). Entre los elementos de pesquisa preferidos están las palabras claves y las meta descripciones.

4.1.2 Ventajas de los ED

- Permiten a las empresas cambiar su cadena de valor de un enfoque lineal a enfoques multidimensionales. En ellos también se consideran las perspectivas de clientes y proveedores.
- Por otro lado, las organizaciones incrementan sus posibilidades de crecimiento al participar en entornos abiertos, flexibles y sostenibles.
- También se acelera la creación y el lanzamiento de productos a través de la automatización de tareas. Además, hay mejoras en la eficiencia de los procesos y la analítica de datos del negocio y del entorno.
- Por último, se genera mayor engagement, ya que las empresas se centran en actividades que generan valor al cliente.

Ecosistema Digital funcionamiento clave



4.2 Tipos de ED

Existen tres tipos principales: el ecosistema digitalizador, el ecosistema de plataforma y el ecosistema de superplataforma.

Los
ecosistemas
digitalizadores

Los
ecosistemas de
plataforma

Los
ecosistemas de
super
plataformas

Lopes, S. (s/f). ¿Tipos de ecosistema digital y cómo se proyectan en el futuro?
Tivit.com. Recuperado el 11 de noviembre de 2024, de
<https://latam.tivit.com/blog/ecosistema-digital-e-inteligencia-de-las-cosas-internet-de-las-cosas-iot>

4.2.1 Locales, características, ventajas y desventajas

Redes Locales (LAN)

Características: La topología de una red LAN se refiere a la forma en que los dispositivos están conectados físicamente entre sí.

Ventajas: Una de las principales ventajas de las redes LAN es la capacidad de compartir recursos entre varios dispositivos..

Desventajas: Alcance limitado, vulnerabilidad a fallas físicas, configuración compleja en redes grandes.

Almacenamiento Local:

Características: Se refiere a los dispositivos de almacenamiento físico ubicados directamente en un dispositivo (como un disco duro) o en una red local (servidor de archivos).

Ventajas: Acceso rápido, alta capacidad, bajo costo por gigabyte.

Desventajas: Riesgo de pérdida de datos por fallas físicas, dificultad de acceso remoto, escalabilidad limitada.

Software Local

Características: Aplicaciones instaladas directamente en un dispositivo, en contraste con el software en la nube.

Ventajas: Mayor control, funcionamiento sin conexión a internet, rendimiento potencialmente superior.

Desventajas: Dificultad de actualización, incompatibilidad con diferentes sistemas operativos, mayor costo de mantenimiento.

Empresas Locales y su Uso de la Tecnología

Características: Empresas que operan a nivel local y utilizan tecnología para gestionar sus operaciones.

Ventajas: Mayor cercanía con los clientes, conocimiento del mercado local, agilidad en la toma de decisiones.

Desventajas: Menor alcance geográfico, competencia local, recursos limitados.

Pursell, S. (2024, September 25). Sistemas de información en empresas: definición, tipos y ejemplos. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/sistema-informacion>

4.2.2 Basados en las nubes, ventajas y desventajas

Tradicionalmente, los desarrolladores trabajaban en entornos de desarrollo locales instalados en sus propias máquinas. Sin embargo, el auge de la computación en la nube ha dado lugar a una nueva modalidad: los entornos de desarrollo basados en la nube.

Ventajas

- Escalabilidad
- Accesibilidad
- Colaboración
- Automatización
- Costo-efectivo
- Actualizaciones automáticas

Desventajas

- Dependencia del proveedor
- Seguridad
- Conexión a Internet
- Costo a largo plazo

¿Qué son los servicios de nube? Ejemplos de servicios de nube. (n.d.). Redhat.com. Retrieved November 5, 2024, from <https://www.redhat.com/es/topics/cloud-computing/what-are-cloud-services>

4.3 Diseño de Modelos de Negocios (MN) con ED

¿Qué son los Modelos de Negocio y las Entradas y Salidas?

Modelos de Negocio (MN): Son representaciones simplificadas de cómo una empresa crea, entrega y captura valor. Describen la lógica de cómo una organización funciona, gana dinero y se diferencia de la competencia.

Entradas y Salidas (ED): Son los recursos, procesos y resultados que intervienen en la creación de valor en un modelo de negocio. Las entradas pueden ser desde materias primas hasta datos y conocimientos, mientras que las salidas son los productos o servicios que se ofrecen al mercado.

¿Cómo se relacionan los MN y las ED?

Las ED son los componentes fundamentales de un MN. Al analizar y diseñar las ED de manera estratégica, las empresas pueden:

- Identificar nuevas oportunidades de negocio: Al examinar las entradas y salidas existentes, se pueden descubrir nuevas formas de crear valor y generar ingresos.
- Optimizar los procesos: Al analizar las ED, se pueden identificar ineficiencias y áreas de mejora en los procesos de producción y entrega.
- Reducir costos: Al optimizar las ED, se pueden reducir los costos asociados a la producción y distribución de productos o servicios.
- Aumentar la eficiencia: Al mejorar la gestión de las ED, se puede aumentar la eficiencia de la empresa y reducir el tiempo de salida al mercado.



Fuente: (N.d.). LinkedIn.com. Retrieved November 5, 2024, from <https://es.linkedin.com/pulse/los-modelos-de-negocios-como-plataforma-innovación-y-cardenas>

4.3.1 Tendencias digitales que se pueden integrar y usar colaborativamente

Para quienes la tecnología es una parte fundamental de su vida profesional este año fue un parteaguas. Mientras que por un lado hubo importantes recortes también fue un año en el que tuvieron lugar grandes innovaciones.

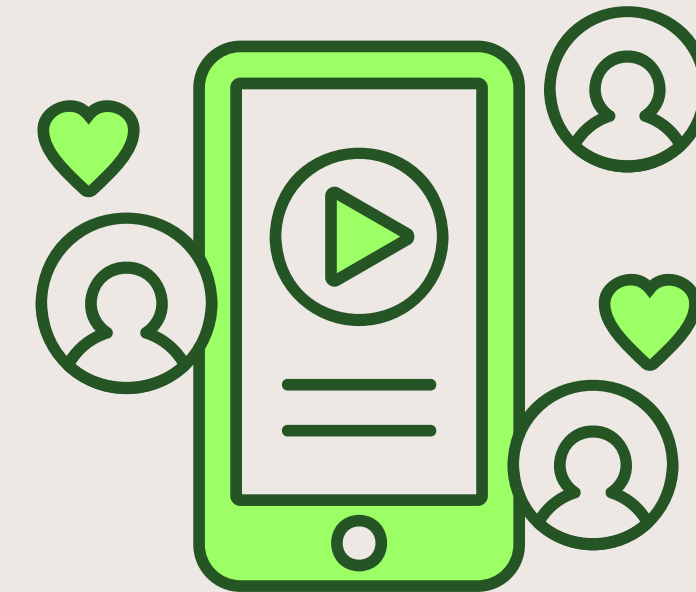
Aquí 5 tendencias más relevantes:

Tendencia #1: De la agilidad digital a la fluidez digital.



Tendencia #2: Nuevos modelos de negocio gracias a la Web3.

Tendencia #3: De la transformación digital a la madurez digital.



Tendencia #4: Mayor personalización y experimentación.

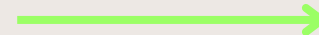


Tendencia #5: Arquitecturas de confianza e identidad digital.

Fuente: (N.d.-b). LinkedIn.com. Retrieved November 5, 2024, from <https://es.linkedin.com/pulse/las-10-tendencias-digitales-que-ganan-fuerza-en-2023-y-cómo->

4.4.2 Modelos de plataforma /Marketplace

Alibaba En este portal no se venden artículos a personas individuales, como empresa se venden los productos o servicios.
Facebook marketplace. Modelo de negocios dentro de las redes sociales la mayoría de sus productos son particulares
Mercado libre enfocado en el modelo b2c y c2c donde cualquiera vende un producto nuevo o usado.



4.4.3 Modelos Freemium

Estrategia que consiste en ofrecer un producto o servicio básico de forma gratuita, pero cobrar por las funciones más avanzadas. La palabra freemium es una combinación de las palabras "free" (gratis) y "premium" (pago). Características:

Las funciones premium deben ser exclusivas y mejoradas, y estar disponibles mediante una suscripción paga.



La versión gratuita debe ser atractiva y ofrecer un valor significativo.



4.4.4 Modelo de Suscripción

Estrategia de comercialización que consiste en ofrecer un producto o servicio a cambio de un pago recurrente. El pago se realiza por un periodo de tiempo determinado, ya sea semanal, mensual o anual.



4.4.5 Modelos basados en estrategias colaborativas y otros modelos

Construir un modelo de negocio basado en consumo colaborativo se basa en actividades como compartir, alquilar, comprar o vender productos, bienes o servicios, de manera conjunta por un grupo de personas coordinadas.

