

Sistemas de Información para la Gestión - GTI

UNIDAD 4

Tema 2: E-COMMERCE

Unidad 4: RECURSOS DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN - Aplicaciones

Administración de Proyectos de TI. Selección de proyectos. Costo beneficio de los sistemas de información. Administración de riesgo de un proyecto.

Aplicaciones Empresariales. Evaluación de Sistemas Aplicativos: ERP y otros

Objetivos específicos:

- Entender porque la administración de proyectos de TI es esencial para los sistemas de información
- Conocer los métodos para seleccionar y evaluar proyectos de TI y herramientas para su gestión
- Conocer los componentes de los sistemas de Administración de Recursos Empresariales (ERP) y su aporte a la excelencia operacional
- Identificar las características y tipos de e-commerce: mercados y productos digitales

Unidad 4: RECURSOS DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN - Aplicaciones

Bibliografía Básica:

- Sistemas de información gerencial / Laudon, Kenneth C. (2012) Sistemas de información gerencial [texto impreso] / Laudon, Kenneth C.; Laudon, Jane P. - 14a. ed. - México: Pearson Educación, 2016. ISBN e-book 978-607-32-3702-4. Nota de contenido: Cap. 9. Obtención de la excelencia operacional e intimidad con el cliente: aplicaciones empresariales Cap. 10. Comercio electrónico: mercados digitales, productos digitales. Cap 14. Administración de proyectos – Cap 15.
- Administración de sistemas globales. Metodología para definir Proyectos de SI/TI en función del Negocio - Metodología para Seleccionar Proveedores. Tu nuevo Rol Tecnológico Profesional -CPCE CABA 2022.

Unidad 4: RECURSOS DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN – Aplicaciones

Otras Fuentes:

-
- Material “Transformacion Digital. Transformacion de los negocios a gran escala”. Emeritus y MIT Management Executive Education. México. 2021.
 - Platform Revolution_ How Networked Markets Are Transforming The Economy - And How To Make Them Work (Revolución de las Plataformas. Cómo los mercados en red están transformando la economía y cómo hacer que funcionen). Parker, Geoffrey; Van Alstine, Marshall; Choudary, Sangeet. 1ª ed. Estados Unidos. W. W. Norton & Company, Inc., 2016 - ISBN 978-0-393-24912-5 (e-book).
 - The digital transformation playbook: rethink your business for the digital age (El libro de la transformación digital: reconsidere su negocio para la era digital). Rogers, David. 1ª ed. Estados Unidos. Columbia University Press, 2016 - ISBN 9780231541657 (e-book).

Plan de clase

- **Introducción**
- **Modelo de negocio tradicional vs. Modelo de negocio de plataforma**
- **Principios para Diseñar plataforma**
- **Optimizar cadena de valor de la plataforma**
- **Usar arquitectura para incrementar efecto de red**
- **Plataforma mínima viable**
- **Monetización de la plataforma**
- **Conclusiones**

Evolución industrial

1º Revolución industrial: máquinas a vapor reemplazaron algunos trabajos manuales

2º Revolución industrial: electricidad y producción en masa

3º Revolución industrial: automatización y tecnologías informáticas en procesos productivos

4º Revolución industrial: crecimiento conectividad a Internet, transformación digital en procesos productivos, donde se combinan Inteligencia Artificial, Machine Learning, Blockchain, Impresión 3D, Computación en la nube, Big Data, Ciberseguridad, Internet de las Cosas, entre otras.

4º Revolución Industrial

Modelo de
Negocio de
Productos o
Servicios

Transición

Modelo de
Negocios de
Plataformas
Digitales

4° Revolución Industrial

<https://companiesmarketcap.com/> **Marzo 2023**

Rank	Name	Market Cap	Price	Today	Price (30 days)	Country
1	 Apple AAPL	\$2.382 T	\$150.59	▼ 1.49%		 USA
2	 Saudi Aramco 2222.SR	\$1.924 T	\$8.75	▲ 1.23%		 S. Arabia
3	 Microsoft MSFT	\$1.878 T	\$252.32	▼ 0.54%		 USA
4	 Alphabet (Google) GOOG	\$1.184 T	\$92.66	▼ 2.10%		 USA
5	 Amazon AMZN	\$945.31 B	\$92.25	▼ 1.78%		 USA
6	 Berkshire Hathaway BRK-B	\$669.50 B	\$304.77	▼ 2.12%		 USA
▲1 7	 NVIDIA NVDA	\$584.02 B	\$234.36	▼ 3.08%		 USA
▼1 8	 Tesla TSLA	\$547.13 B	\$172.92	▼ 4.99%		 USA
9	 Meta Platforms (Facebook) META	\$471.05 B	\$181.69	▼ 1.77%		 USA
10	 Visa V	\$462.58 B	\$220.09	▼ 0.95%		 USA
11	 TSMC	\$460.99 B	\$88.89	▼ 2.14%		 Taiwan

4° Revolución Industrial

<https://coinmarketcap.com/> Marzo 2023

#	Name	Price	1h %	24h %	7d %	Market Cap	Volume(24h)	Circulating Supply	Last 7 Days
☆ 1	Bitcoin BTC	\$20,297.65	▼ 2.45%	▼ 8.12%	▼ 13.50%	\$392,005,031,014	\$29,839,758,791 1,468,775 BTC	19,312,825 BTC	
☆ 2	Ethereum ETH	\$1,433.42	▼ 3.36%	▼ 8.05%	▼ 12.84%	\$175,412,874,883	\$9,508,551,024 6,635,085 ETH	122,373,866 ETH	
☆ 3	Tether USDT	\$0.9999	▲ 0.00%	▼ 0.01%	▼ 0.02%	\$71,733,511,920	\$40,656,014,615 40,660,243,277 USDT	71,740,482,360 USDT	
☆ 4	USD Coin USDC	\$0.9999	▲ 0.03%	▼ 0.01%	▼ 0.03%	\$43,353,982,164	\$3,707,928,843 3,707,879,016 USDC	43,357,718,184 USDC	
☆ 5	BNB BNB	\$273.51	▼ 1.91%	▼ 6.27%	▼ 8.84%	\$43,185,867,626	\$496,250,555 1,813,058 BNB	157,893,338 BNB	
☆ 6	XRP XRP	\$0.3672	▼ 2.74%	▼ 7.33%	▼ 3.25%	\$18,706,892,079	\$1,743,537,743 4,738,970,635 XRP	50,950,912,949 XRP	
☆ 7	Cardano ADA	\$0.3054	▼ 0.91%	▼ 5.88%	▼ 12.77%	\$10,592,315,811	\$404,575,889 1,325,811,200 ADA	34,687,605,448 ADA	
☆ 8	Dogecoin DOGE	\$0.06581	▼ 3.88%	▼ 9.67%	▼ 18.47%	\$8,730,979,923	\$474,789,873 7,225,143,997 DOGE	132,670,764,300 DOGE	
☆ 9	Polygon MATIC	\$0.9955	▼ 1.97%	▼ 8.06%	▼ 17.90%	\$8,695,116,810	\$728,275,488 729,818,504 MATIC	8,734,317,475 MATIC	

e-business & e-commerce

E-Commerce es el intercambio de servicios, productos y valores en forma remota y digital

E-Business utiliza la información electrónica para mejorar la performance, añadir valor y permitir nuevas relaciones entre clientes y empresas

E-Business abarca todo lo que se ha denominado como comercio electrónico - los canales externos por fuera de la estructura de la organización - y va más allá para incluir todos y cada uno de los aspectos de las estrategias y operaciones de la firma.

A diferencia del comercio electrónico, e-Business está más relacionado con negocios que con tecnología.

Comercio electrónico

Tipos de E-Commerce

Tipos de E-Commerce

	BUSSINESS	CONSUMER	ADMINISTRACION
BUSSINESS	B2B	B2C	B2A
CONSUMER	C2B	C2C	C2A

Tipos de E-Commerce

B2B

Optimiza cadena
de suministros

B2C

Optimiza experiencia
del consumidor

B2A

Optimiza cadena de suministros

C2B

Optimiza experiencia
del proveedor

C2C

Consumidores =
comunidad
de proveedores

C2A

Optimiza experiencia
del proveedor

Evolucion del E-Commerce. Drivers.

 **Transformación del negocio**

 **Bases Tecnológicas**

 **Nuevos modelos de negocios**

Evolucion del E-Commerce. Drivers.

TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO

-  **Amplitud alcance crece en economía servicios de redes sociales, viajes, entretenimiento, otros**
 -  **Modelos de negocios se refinan para lograr rentabilidades mas altas**
 -  **Pequeños negocios y emprendedores se apoyan en e-commerce; infraestructura big tech y en la nube**
-

Evolucion del E-Commerce. Drivers.

BASES TECNOLÓGICAS

-  **Conexiones inalámbricas a internet rápidas**
 -  **Dispositivos mas potentes y diversificados**
 -  **Nuevos modelos de cómputo basados en internet**
 -  **Banda ancha mas potente**
-

Evolucion del E-Commerce. Drivers.

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS

 Red social en línea

 Publicidad en línea

 Periódicos en línea

 Juegos en línea

 Etc. en línea

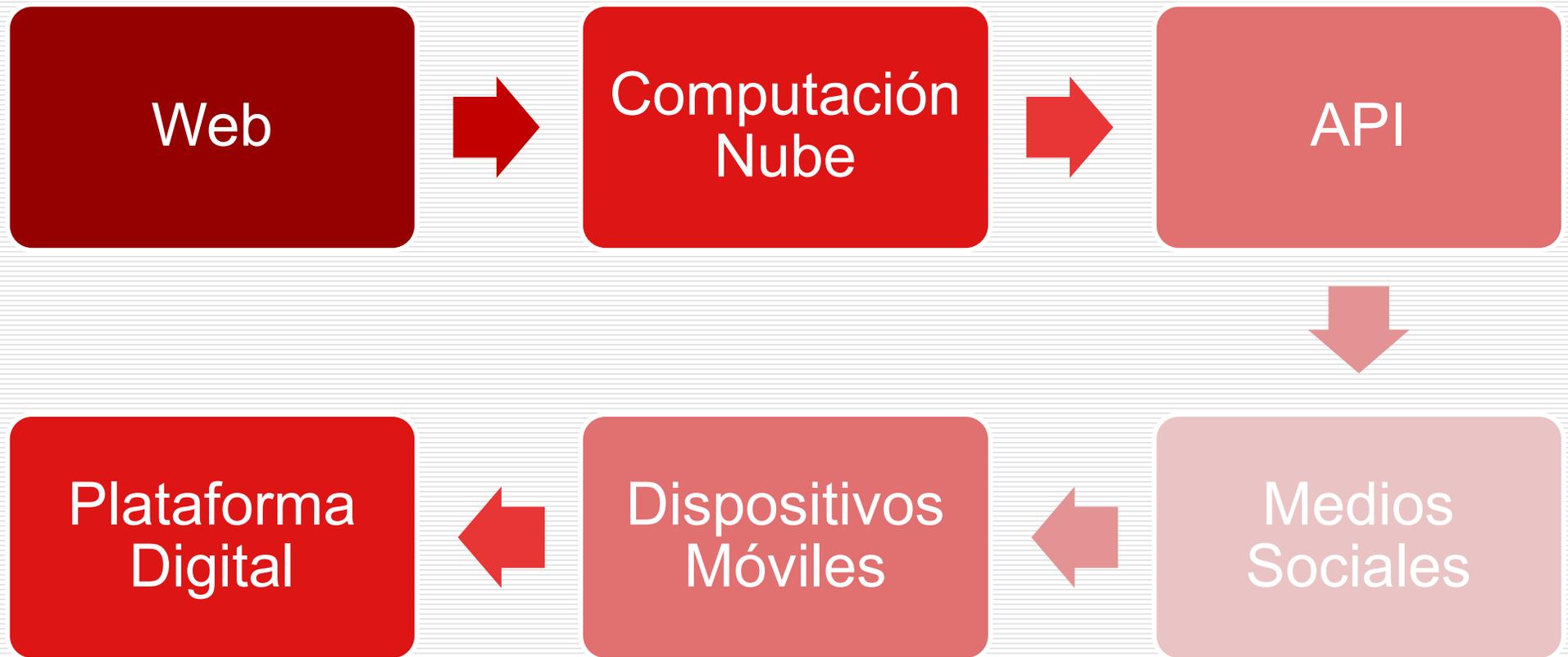
Evolución E-commerce

E-
Commerce

E-
Bussines

Plataforma
Digital

Drivers Tecnologicos Plataformas



Plataforma - Concepto

Una plataforma consiste en una capa de tecnología que ayuda a diferentes tipos de usuarios a crear un valor y a intercambiar ese valor con otros.

También es modelo de gestión que explica y controla tipos de comportamiento permisibles en la plataforma.

Objetivo: lograr correspondencias entre proveedores y consumidores

Plataforma - Concepto

Ayuda: Aunque las interacciones no están dictadas por la plataforma negocio, deben tener lugar a través de ella y ser facilitados por ella.

Diferentes tipos de usuarios: modelo de negocio debe servir a dos o más tipos de usuarios (comprador, vendedor, desarrollador, consumidor, otros).

Intercambio: las plataformas deben permitir que dos o más usuarios interactúen directamente, con un grado de independencia

Plataforma – Concepto

También es:

Una serie de negocios y bloques tecnológicos de construcción que sirven como base para construir productos y servicios adicionales.

Un estándar abierto que permite a un tercero unirse y obtener acceso a recursos de la plataforma, dentro de un marco contractual y lineamientos que aseguren un buen comportamiento.

Plataforma – Concepto

También es:

Un ecosistema de negocio que reúne compradores con vendedores en un mercado lo suficientemente grande para transacciones valiosas y así permitir a esos compradores y vendedores utilizar recursos de la plataforma y hacer negocios entre ellos.

Plataformas – Características

- ✓ Conecta oferta y demanda (Poder Crowd)
- ✓ Gestiona flujos de información
- ✓ Monetiza clientes
- ✓ Fácilmente escalable
- ✓ Confianza y reputación
- ✓ Aporta valor añadido al ecosistema
- ✓ Mayor enfoque en factores externos que factores internos

Efecto de Red. El Poder de las Plataformas

ECONOMIA DE ESCALA DE LA OFERTA

Era industrial

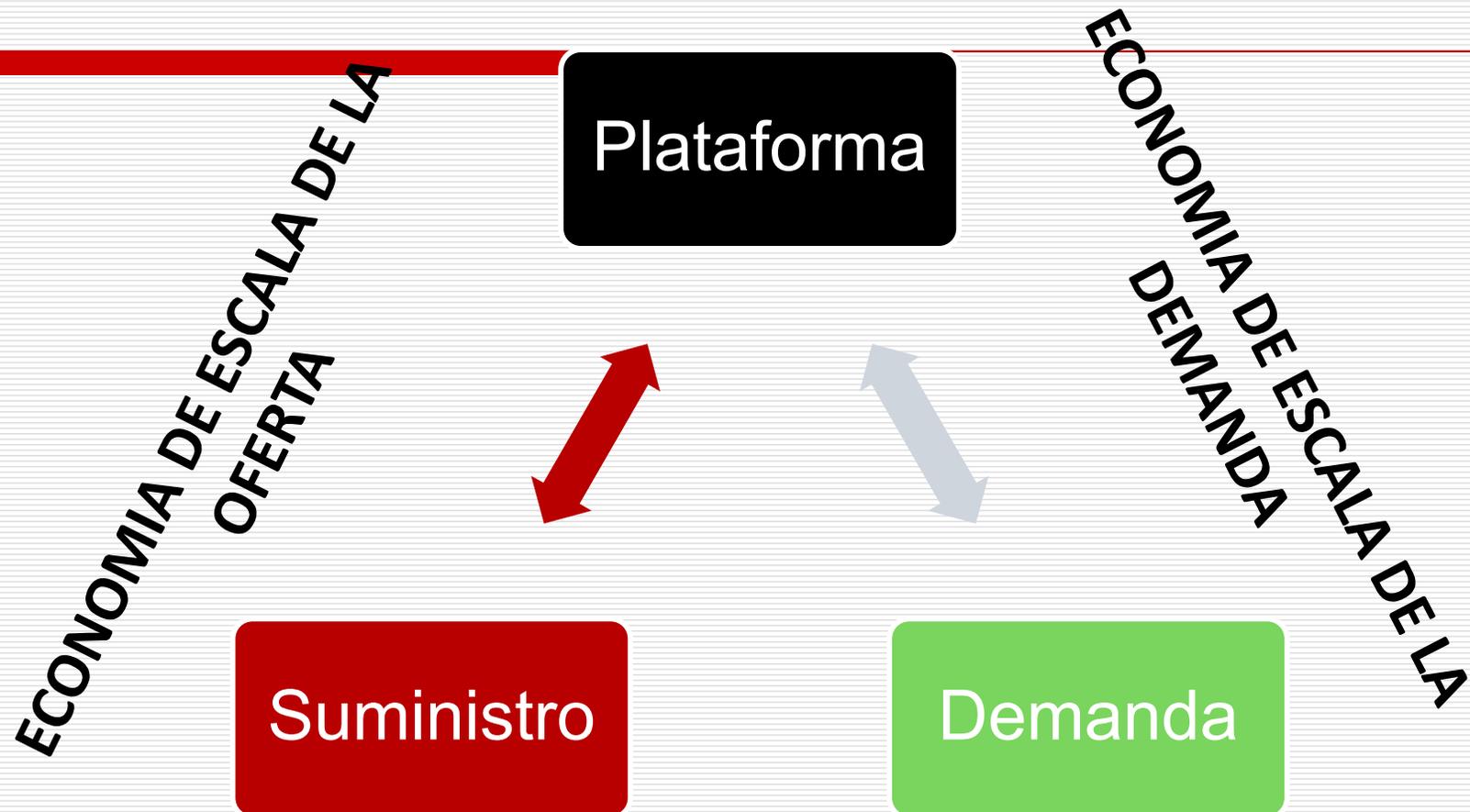
Empresas gigantes fueron posibles gracias a economía de escala de la oferta.

ECONOMIA DE ESCALA DE LA DEMANDA

Era Digital

Empresas gigantes son posibles gracias a economía de escala de la demanda.

Efecto de Red. El Poder de las Plataformas



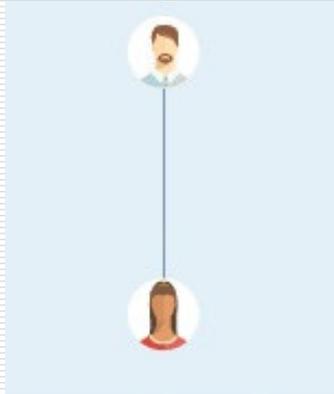
- ✓ Costos Fijos Masivos
- ✓ Costos Variables Bajos
- ✓ Oferta Monopólica

Ejemplo: servicio público

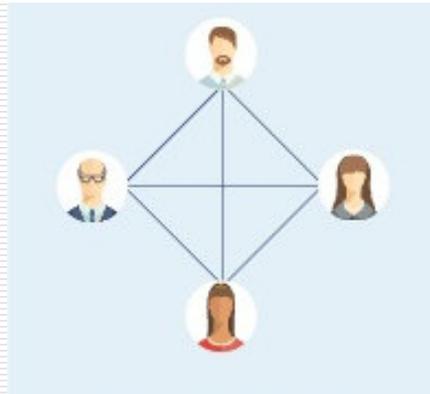
- ✓ Más usuarios, mayor valor
- ✓ Fuertes resultados en mercado

Ejemplo: sistema mensajería

Efecto de Red. El Poder de las Plataformas



2 participantes
=
1 conexión



4 participantes
=
6 conexiones



8 participantes
=
28 conexiones

Efecto de Red.

El Poder de las Plataformas

Efecto de red

Impacto que tiene el número de usuarios sobre la creación de valor para cada uno de los usuarios.

Efectos de red positivos: aquellos en donde una gran comunidad de usuarios bien gestionada produce un valor significativo para cada usuario.

Efectos de red negativos: posibilidad de que el crecimiento del número de usuarios en una comunidad reduzca el valor producido para cada usuario.

Efecto de Red.

El Poder de las Plataformas

Efectos de red directo: aquellos donde hay crecimiento en uno de los lados de la plataforma, generando un efecto llamado para mas crecimiento en ese mismo lado.

Efectos de red indirecto: aquellos donde hay crecimiento en uno de los lados de la plataforma, generando un efecto llamado para mas crecimiento en el otro lado, de modo que la plataforma brinda servicio, conecta los lados necesarios y genera valor económico.

Multihoming y Costos de Cambio en Plataformas

En el mundo de las plataformas surgieron nuevos factores competitivos que ayudan a determinar quien participa en un ecosistema de plataforma, el valor que ayudan a crear, quien controla ese valor, entre otros.

Plataformas buscan acceso exclusivo a activos esenciales mediante reglas y protocolos que desalientan el multihoming.

MULTIHOMING y COSTO DE CAMBIO

Multihoming y Costos de Cambio en Plataformas

MULTIHOMING (multiconexión)

Opuesto a MONOHOMING. Ocurre cuando los usuarios participan en tipos similares de interacciones en más de una plataforma. Costo de multiconexión bajo.

Ejemplo: tarjetas de crédito

COSTO DE CAMBIO

Costo que pagan usuarios por cambiar y afiliarse a otra plataforma.

Ejemplo: iOS y Android

Tipos Plataformas Digitales según Cantidad de Lados

Unilaterales
Multilaterales

Tipos Plataformas Digitales según Objeto

Intercambio
Sistema de transacciones
Medios con anuncios
Hardware/software

Tipos Plataformas Digitales según Objeto

Intercambio

Esta plataforma (a veces también llamada mercado) reúnen dos grupos distintos de clientes para un intercambio de valor directo, y cada grupo se siente atraído por el número y la calidad del otro lado.

Ejemplos pre-digitales

Corredores de bienes raíces.

Mercados de productos.

Clubes nocturnos.

Ejemplos digitales

Centros comerciales (eBay, Etsy).

Mercados de servicios de (Airbnb, Uber).

Sitios web de citas (eHarmony)

Tipos Plataformas Digitales según Objeto

Sistema de transacciones

Esta plataforma actúa como intermediario entre diferentes partes para facilitar pagos y transacciones financieras.

Ejemplos pre-digitales

Tarjetas de crédito.
Tarjetas de débito

Ejemplos digitales

Sistemas de pago digitales.
(PayPal).
Monedas digitales (Bitcoin)

Tipos Plataformas Digitales según Objeto

Medios con anuncios

Esta plataforma juega un papel adicional de crear (o buscar) contenido de medios que sea atractivo para los consumidores.

Ejemplos pre-digitales

Periódicos
(subvencionados o gratis
debido a los anuncios)
Difusión de televisión

Ejemplos digitales

Sitios web con anuncios.
Redes sociales con anuncios.

Tipos Plataformas Digitales según Objeto

Hardware/software

Esta plataforma proporciona un estándar para el diseño de productos posteriores para permitir su interoperabilidad y beneficiar al consumidor final.

Ejemplos pre-digitales

Televisores a color (RCA vs. CBS)

Videocasetes estándar (VHS vs. Betamax) Combustibles de motor (diesel vs. etanol)

Ejemplos digitales

Consolas de videojuegos (Xbox, PlayStation)

Sistemas operativos móviles (iOS, Windows Phone)

Motivos para Modelo de plataforma

- ❑ **Mayor valor agregado**
 - ❑ **Eficiencia económica**
 - ❑ **Menores costos transaccionales**
 - ❑ **Amplitud de mercado**
 - ❑ **Mayor Innovación**
-

Plataformas Digitales – Pros y Contras

Pros

-  **Crecimiento rápido**
 -  **Escalabilidad**
 -  **Adaptabilidad a las necesidades de las partes del modelo**
 -  **Permite combinar o fusionar con otros modelos de negocio**
-

Plataformas Digitales – Pros y Contras

Contras

-  **Demanda mucho tiempo y recursos para lograr efectos de red que permitan crecimiento exponencial del modelo**
 -  **Mercados muy compactos, al final una o dos empresas acaparan todo el sector**
 -  **Comunicación de valor al usuario complicada**
 -  **Entrada de usuarios no sincronizada puede perturbar servicio y valor añadido en el modelo**
-

Plataformas – Diseño

¿Como crear una plataforma?

- a. ¿Quienes son productores?
- b. ¿Quienes son consumidores?

1. Necesidad
Oportunidad



2. Publico
Objetivo



3. Propuesta
de Valor y
Sustitutos



4.
Monetización

- a. Necesidad u oportunidad que intenta cubrir
- b. Painpoint que soluciona

- a. ¿Cómo generar dinero?
- b. ¿Subvencionar?

Plataformas – Diseño

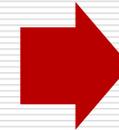
¿Como crear una plataforma?

- a. ¿Costos Fijos y Variables?
- b. ¿Costo atracción clientes?
- c. Márgenes

5.
Gobernanza



6. Costos



7. Métricas

- a. ¿Quién participa?
- b. ¿Cómo crear y dividir valor?
- c. ¿Cómo resolver conflictos?

- a. ¿Cantidad transacciones, usuarios, productores?
- b. ¿Valor ticket promedio?

Plataformas – Diseño

Cambios estrategias era analógica a la era digital

Desde	Hasta
Competencia dentro de industrias definidas	Competencia entre industrias fluidas
Distinciones claras entre socios y rivales	Distinciones borrosas entre socios y rivales
La competencia es un juego de suma cero	Los competidores cooperan en áreas clave

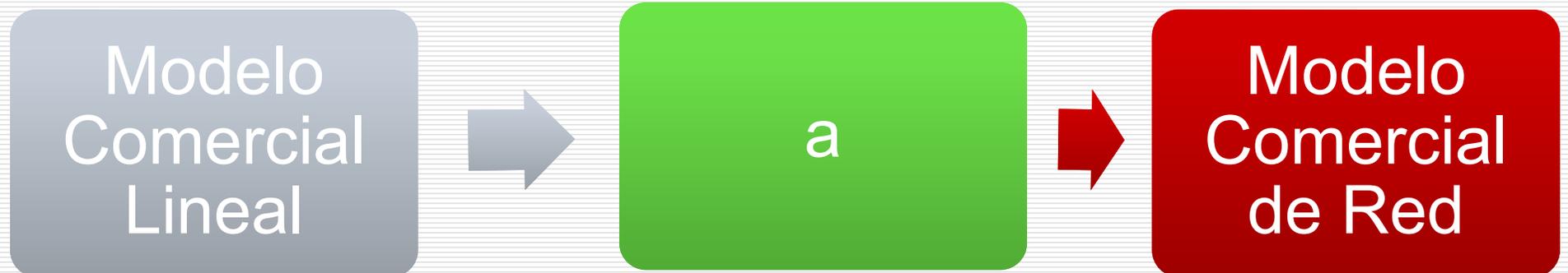
Plataformas – Diseño

Cambios estrategias era analógica a la era digital

Desde	Hasta
Los activos clave se mantienen dentro de la empresa	Los activos clave residen en redes externas
Productos con características y beneficios únicos	Plataformas con socios que intercambian valor

Plataformas – Diseño

Relación entre empresas



Plataformas – Diseño

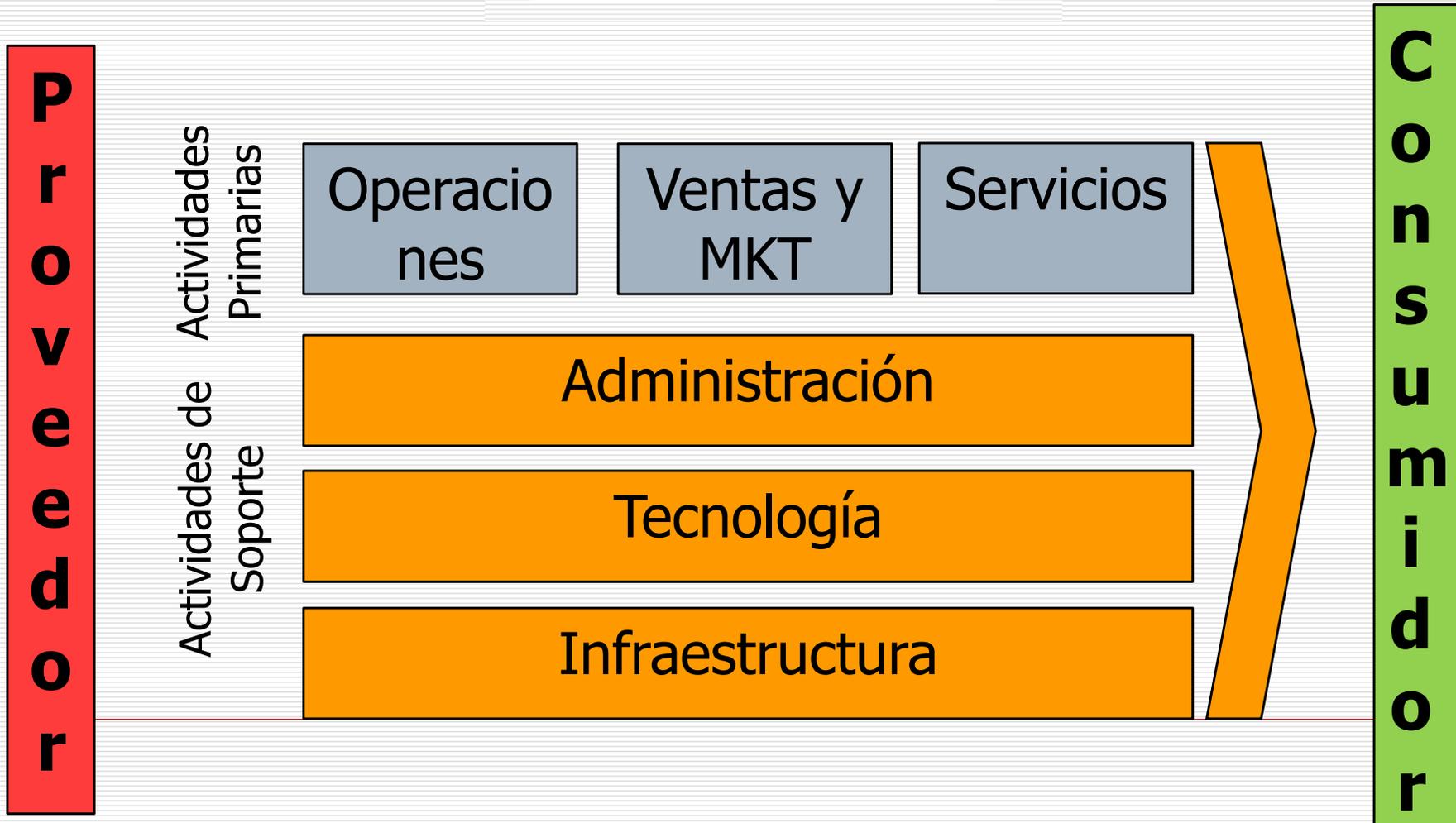
Comparación creación de valor

Modelo Cadena
de Valor Lineal

Modelo de
Plataforma

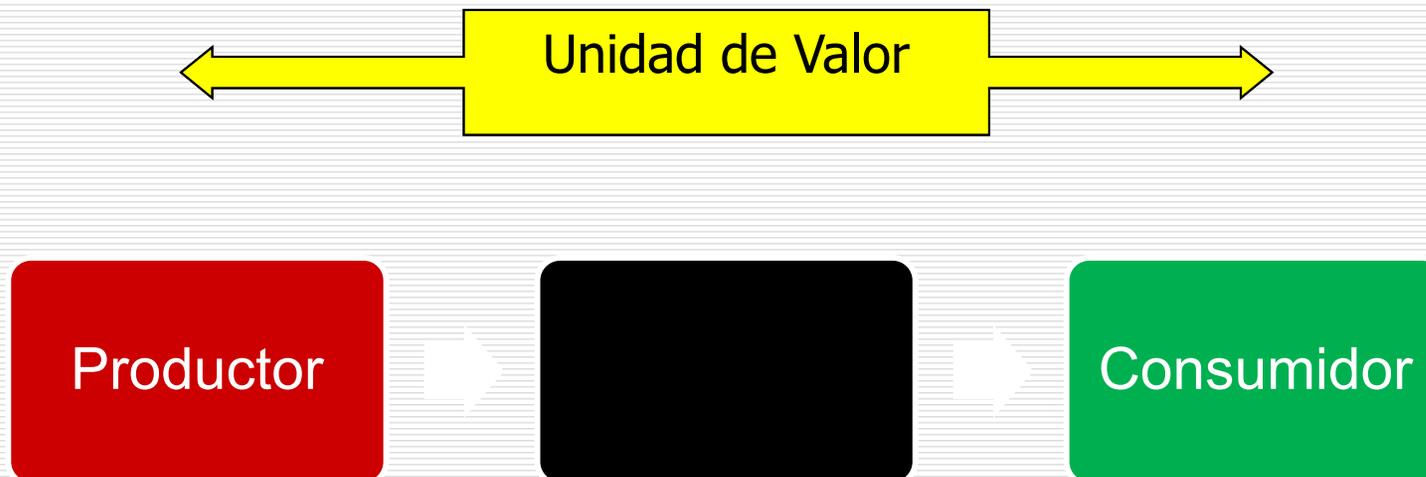
Plataformas – Diseño

Modelo Valor Lineal



Plataformas – Diseño

Modelo Cadena de Valor Lineal Cómo se crea valor



Plataformas – Diseño

Modelo de Plataforma Cómo se crea valor

Plataforma

```
graph TD; S[Suministro] <--> P[Plataforma]; D[Demanda] <--> P;
```

The diagram illustrates the platform model. At the top is a purple header with the text 'Plataformas – Diseño'. Below it is a red rounded rectangle containing the text 'Modelo de Plataforma' and 'Cómo se crea valor'. In the center is a black rounded rectangle labeled 'Plataforma'. Below this are two boxes: a red one on the left labeled 'Suministro' and a green one on the right labeled 'Demanda'. A red double-headed arrow connects 'Suministro' and 'Plataforma', and a light blue double-headed arrow connects 'Demanda' and 'Plataforma'. A thin red horizontal line is positioned below the 'Suministro' and 'Demanda' boxes.

Suministro

Demanda

Plataformas – Diseño

**Modelo
Valor Lineal**

**Innovación
con recursos
internos**

Mayor costo

**Modelo
Plataforma**

**Innovación
con recursos
externos**

Menor costo

Plataformas – Diseño

Modelo Valor Lineal

Proveedor agrega valor y controla

Flujo de Valor Lineal

Modelo Plataforma

Plataforma provee y controla movimiento

Flujo de Valor conecta actores

Plataformas – Diseño

Comparación

Modelo Cadena de Valor
Lineal

Modelo de Plataforma

Plataforma

Plataforma

Suministro

Demanda

Suministro

Demanda

Activos

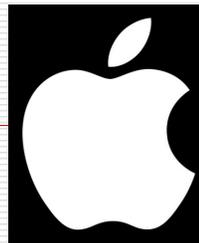
Activos

Activos

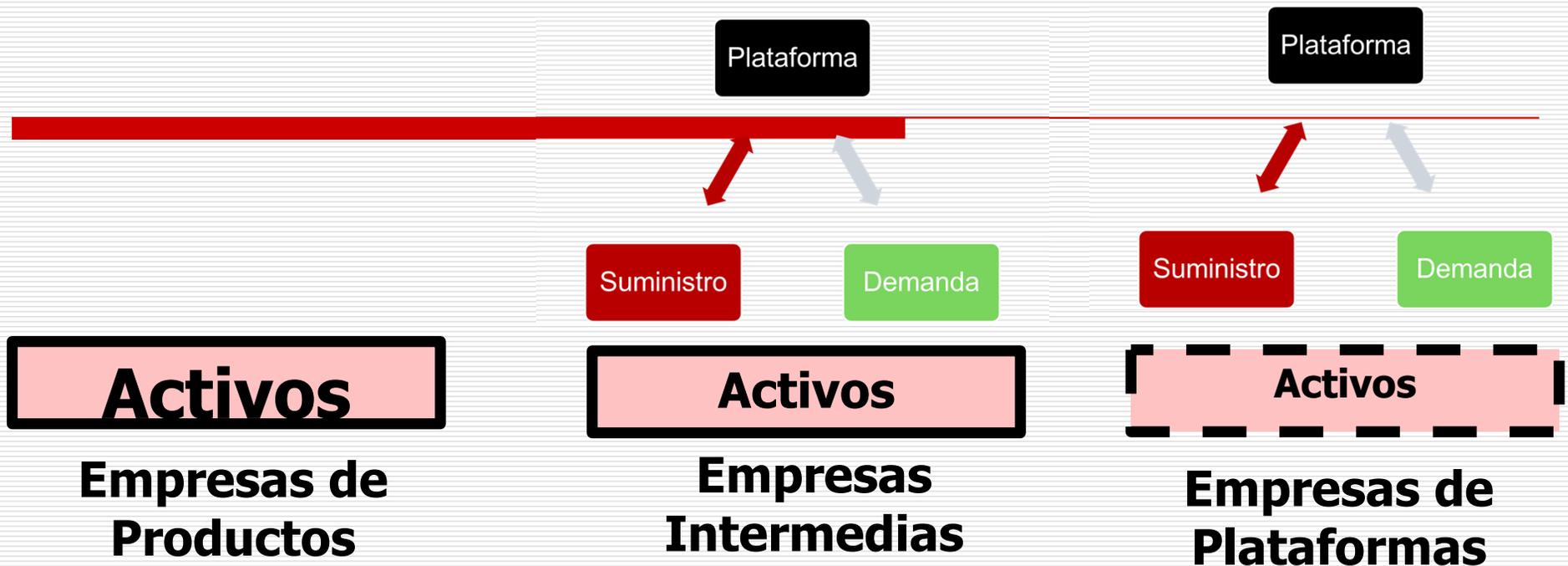
**Empresas de
Productos**

**Empresas
Intermedias**

**Empresas de
Plataformas**



Plataformas – Diseño



Uber, la compañía de taxis más grande del mundo, no tiene vehículos. **Facebook**, la compañía de medios más popular, no crea contenidos. **Alibabá**, el minorista más valioso, no tiene inventarios. **Airbnb**, el hotelero más grande del mundo, no tiene propiedades.

Plataformas – Diseño

TRES PRINCIPIOS DEL DISEÑO DE PLATAFORMAS

1. Definir unidad de valor
2. Diseñar interacción alrededor de la unidad de valor
3. Diseñar plataforma que permita esta interacción

Plataformas – Diseño

Principio: Definir Unidad de Valor

Formas de monetizar una plataforma

Unidad de Valor: Es el valor creado / consumido por los actores de la plataforma

La interacción central comienza con creación de unidad de valor por el productor.

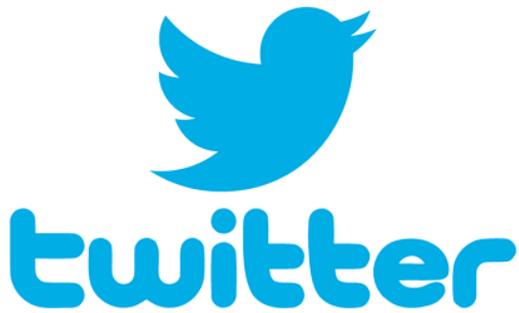
Cada interacción inicia con intercambio de información que tiene valor para participantes.

Plataformas – Diseño

Principio: Definir Unidad de Valor

Formas de monetizar una plataforma

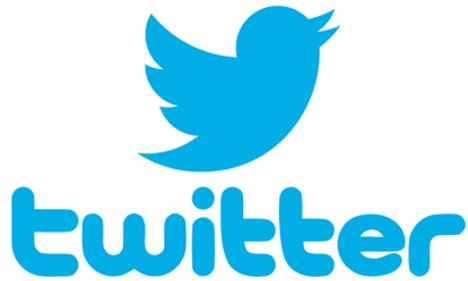
Unidad de Valor: Es el valor creado / consumido por los actores de la plataforma



Plataformas – Diseño

Principio: Definir Unidad de Valor

**Unidad de Valor: Es el valor creado / consumido
por los actores de la plataforma**



posibilita consumo de tuits.



facilita intercambio de estadías.



facilita consumo de contenidos
generados por el usuario en forma
de videos.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Interacción alrededor de la Unidad de Valor

Una plataforma conecta “productores con consumidores” o “consumidor con consumidor” y les permite intercambiar valor.

Interacciones en una plataforma = intercambio económico o social.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Interacción alrededor de la Unidad de Valor

En cada intercambio, productor y consumidor intercambian tres cosas:

- 1) Información**
 - 2) Bienes o servicios**
 - 3) Moneda**
-

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Interacción alrededor de la Unidad de Valor

Intercambio de Información

Cada interacción inicia con información, dentro de la plataforma.

Una plataforma de negocio debe estar diseñada para facilitar intercambio de información.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Interacción alrededor de la Unidad de Valor

Intercambio de Bienes o Servicios

Como resultado del intercambio de información, los participantes de la plataforma pueden decidir intercambiar bienes o servicios valiosos, a través o fuera de la plataforma.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Interacción alrededor de la Unidad de Valor

Cambio de Moneda

Cuando se intercambian bienes o servicios entre los participantes de la plataforma, normalmente se pagan utilizando algún tipo de moneda.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

La idea se parece mucho al producto mínimamente viable: ubicar la esencia de lo que se quiere lograr.

En el caso de plataformas consiste en permitir una interacción.

Construir la plataforma con una interacción a la vez.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

INTERACCION PRINCIPAL

Interacción central entre productor y consumidor es lo primero que se diseña.

Es la actividad mas importante de la plataforma, la que atrae la mayor cantidad de usuarios.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

INTERACCION PRINCIPAL

Estructura básica:

Participantes + Unidad de Valor + Filtro = Interacción principal

Componentes deben estar bien identificados y diseñados para que la interacción = atractiva y valiosa para usuarios.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

PARTICIPANTES

- ✓ **Productor crea valor**
- ✓ **Consumidor consume valor**

Ambos roles deben describirse y comprenderse explícitamente.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

PARTICIPANTES

Un mismo usuario puede desempeñar un papel diferente en diferentes interacciones.

Muchos usuarios y muchos tipos de usuarios pueden desempeñar el mismo papel en una interacción.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

UNIDAD DE VALOR

Ya visto.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

FILTRO

Es herramienta algorítmica basada en software utilizada por la plataforma, permite intercambio de unidades de valor apropiadas entre usuarios.

La unidad de valor se entrega a consumidores seleccionados en función de filtros.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

FILTRO

Su buen diseño es importante.

Toda plataforma utiliza filtros para gestionar intercambio de información.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

PLATAFORMA MINIMA VIABLE

Al diseñar una plataforma, el primer trabajo mas importante es decidir:

- 1) INTERACCION CENTRAL**
 - 2) PARTICIPANTES**
 - 3) UNIDADES DE VALOR**
 - 4) FILTROS**
-

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

OPTIMIZAR CADENA DE VALOR DE LA PLATAFORMA

Diseñar la plataforma, debe incluir roles de:

- ✓ **Desarrollador**
 - ✓ **Productor**
 - ✓ **Consumidor**
-

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

OPTIMIZAR CADENA DE VALOR DE LA PLATAFORMA

Diseñar la plataforma, debe:

- ✓ **Proporcionar herramientas para facilitar interacción e intercambio de valor entre ellos.**
 - ✓ **Usar datos para lograr mejor combinación que genere el más alto valor entre lados del productor y del consumidor.**
-

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

OPTIMIZAR CADENA DE VALOR DE LA PLATAFORMA

Red
Herramientas
Datos



Productor

Consumidor

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

USAR ARQUITECTURA PARA AUMENTAR EFECTOS DE RED

- **Integrar funciones aumenta efectos de red: facilita observacion patrones de uso de clients y preferencias via casos de uso**
- **La multiconexión y colgarse de los esfuerzos de otros pueden acelerar efectos de red**
- **Receptividad**

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

USAR ARQUITECTURA PARA AUMENTAR EFECTOS DE RED

- **La arquitectura puede ser usada para albergar ecosistemas variados:**

Colocar componentes de alta frecuencia y bajo uso en Plataforma central y componentes de baja frecuencia y alta variedad en capa de aplicación.

- **Interfaces de Programacion de Aplicaciones (API)**
-

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

USAR ARQUITECTURA PARA AUMENTAR EFECTOS DE RED

- **La arquitectura puede potenciar el engagement con la red**
- **Sistemas de recomendaciones crean efectos de red**
- **Compatibilidad**
- **Diseño**

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

FLUJOS DE PLATAFORMA

Existen tres flujos en la plataforma:

- i. Producto o servicio**
- ii. Dinero o transacciones financieras**
- iii. Información**

En el diseño se debe asegurar que estos flujos críticos viajen a través de la plataforma, en lugar de que circulen fuera de ella.

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

FORMAS DE MONETIZAR UNA PLATAFORMA

- 1) Gratis**
 - 2) Cobrar una cuota**
 - 3) Cobrar por acceso**
 - 4) Cobrar por atención**
 - 5) Cobrar por herramientas**
-

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

FORMAS DE MONETIZAR UNA PLATAFORMA

2) Cobrar una cuota

Cobrar cuota o un porcentaje por la transacción

- Cobrar una comisión por facilitar la transacción
- Principio importante: no cobrar mucho

Ejemplo:



Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

FORMAS DE MONETIZAR UNA PLATAFORMA

3) Cobrar por acceso: a un grupo específico de usuarios.

3. Cobrar por contactar con ciertos usuarios

- Comisión por facilitar la generación de leads
- Cobrar el lado que más necesita tener acceso a esos leads

Ejemplo:



Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

FORMAS DE MONETIZAR UNA PLATAFORMA

4) Cobrar por atención

- Cobrar por lograr que la audiencia meta vea anuncios de productos similares a los que está buscando
- Principio importante: no obstruir la compra

Ejemplo:

The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background. The logo is centered horizontally and is flanked by thin red horizontal lines on either side.

facebook

Plataformas – Diseño

Principio: Diseñar Plataforma que permita esta Interacción

FORMAS DE MONETIZAR UNA PLATAFORMA

5) Cobrar por herramientas

Cobrar por ciertas herramientas

- Cobrar una cuota por tener acceso a mejores herramientas

Ejemplo:

The image shows the Vimeo logo, which consists of the word "vimeo" in a lowercase, bold, sans-serif font. The logo is centered within a white rectangular box that has a thin grey border.

El lado legal de la economía digital

-  **Propiedad intelectual**
 -  **Firma Digital**
 -  **Delitos Informáticos**
 -  **Derecho a la Privacidad**
 -  **Derecho Consumidores**
-

Big Tech - Plataformas gigantes

- **Con el avance de internet y las nuevas tecnologías sobre la vida cotidiana, los análisis positivos sobre estas bondades han ido mutando.**
 - **Concentración alta de poder dominado por unas pocas Big Tech y su influencia sobre la cultura.**
 - **Ej.: Big tech: Google, Apple, Meta (Facebook), Amazon, Microsoft**
-

Ecosistema Digital y Plaza Digital

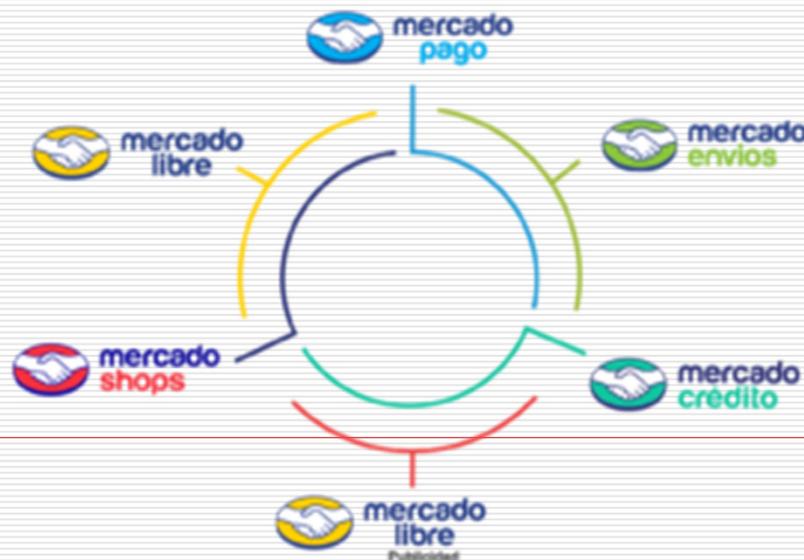
Ecosistema digital

“Es una red de servicios y productos interconectados entre sí que están creados para generar una gran satisfacción y experiencia al cliente”

Ecosistema Digital y Plaza Digital

Ejemplo Ecosistema digital:

Mercado Libre compuesto por distintas unidades de negocio que brindan soluciones de pagos, logística, financiación, publicidad y servicios de software que ayudan a brindar la mejor experiencia a los usuarios.



Ecosistema Digital y Plaza Digital

Plaza Digital

Conexión de los mundos físico y digital. Lo físico que somos los seres humanos, creamos lo digital y lo digital afecta lo físico.

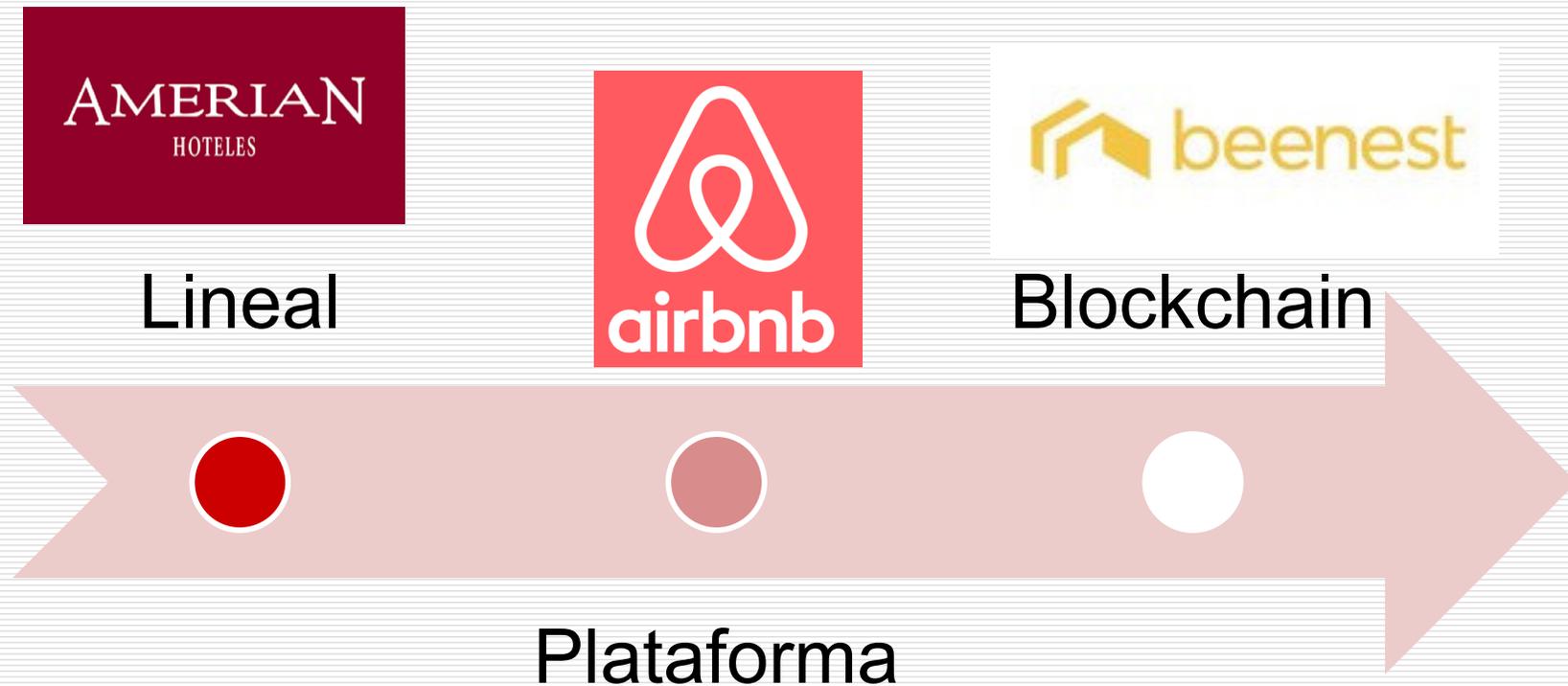
Ecosistema Digital y Plaza Digital

Ejemplo Plaza Digital: Facebook la “plaza del pueblo digital”



Hacia dónde vamos?

Ejemplo: industria del turismo hospedaje

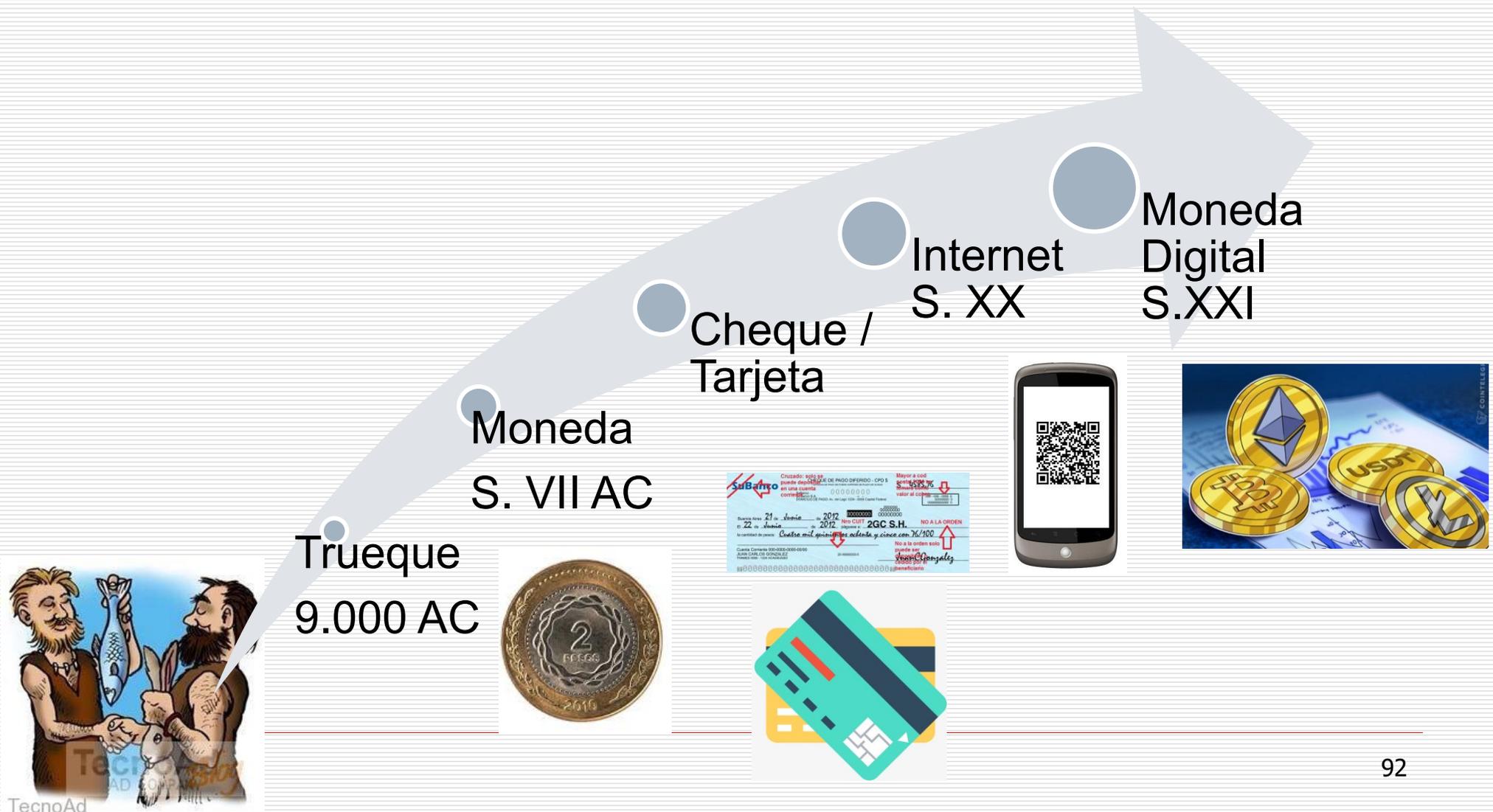


Cambio / Disrupción permanente

El lado humano de la economía digital

-  **En este mundo tecnológico, son las personas quienes hacen la diferencia**
 -  **La revolución en la Información proyecta la capacidad intelectual**
 -  **Nuevas motivaciones a los trabajadores del conocimiento**
 -  **Las personas deben administrar el cambio**
-

Conclusiones



Fin de la presentación

Muchas Gracias!!