

# 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

---

# 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 | <b>B2B</b> | <b>B2C</b> | <b>B2A</b>     |
| CONSUMER  | <b>C2B</b> | <b>C2C</b> | <b>C2A</b>     |

# 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**

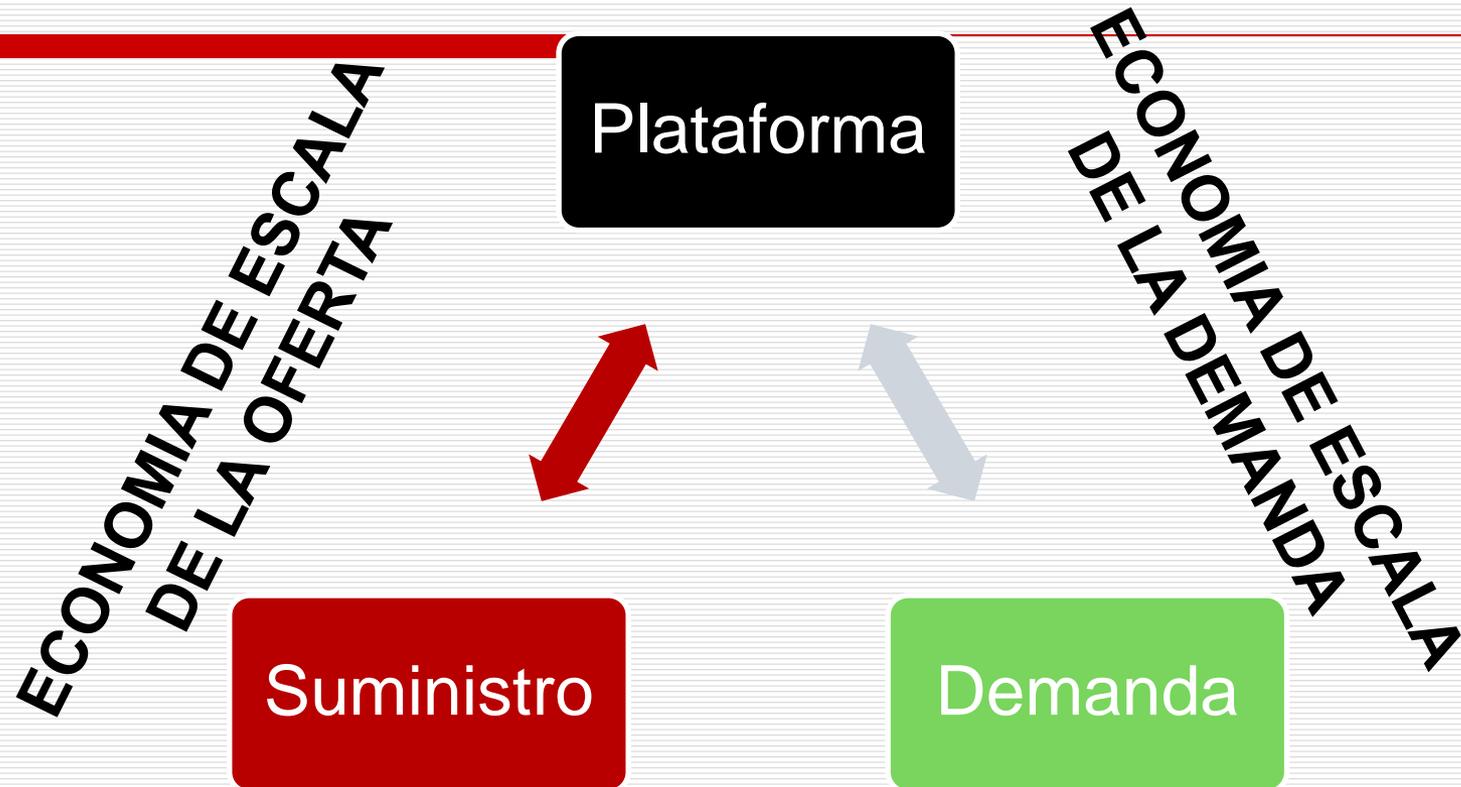
**Empresas gigantes fueron posibles gracias a economía de escala de la oferta.**

## **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**

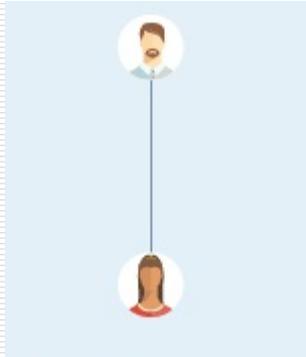
**Ejemplo: servicio público**

✓ **Más usuarios, mayor valor**

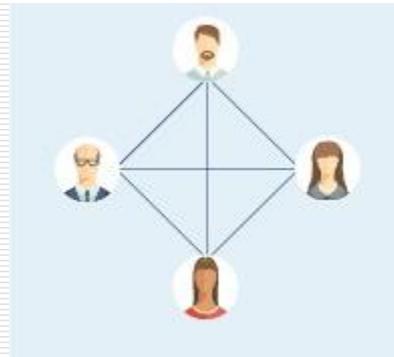
✓ **Fuertes resultados en mercado**

**Ejemplo: sistema mensajería**

# Efecto de Red. El Poder de las Plataformas



**2**  
**participantes**  
**=**  
**1 conexión**



**4**  
**participantes**  
**=**  
**6 conexiones**



**8**  
**participantes**  
**=**  
**28**

# 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 llamada 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 llamada 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.**

# Tipos Plataformas Digitales según Objeto

---

|                                 |
|---------------------------------|
| <b>Intercambio</b>              |
| <b>Sistema de transacciones</b> |
| <b>Medios con anuncios</b>      |
| <b>Hardware/software</b>        |

---

# 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

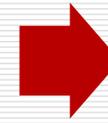
¿Como crear una plataforma?

- 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     |

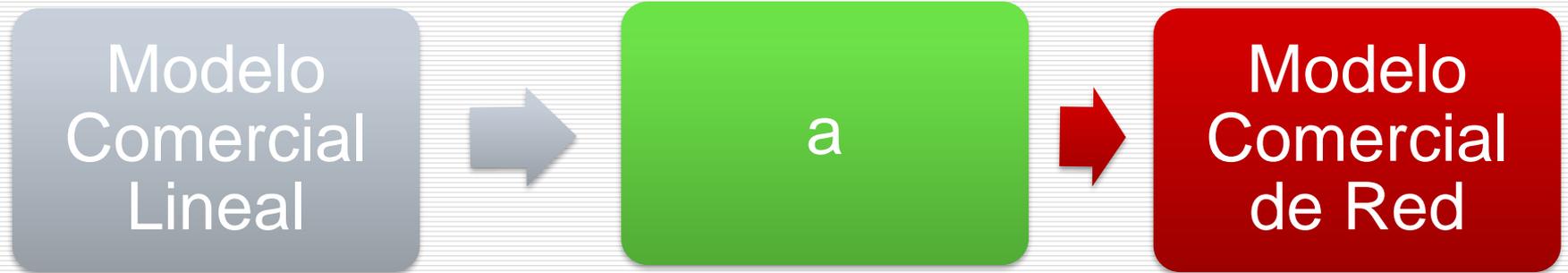
# Plataformas – Diseño

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

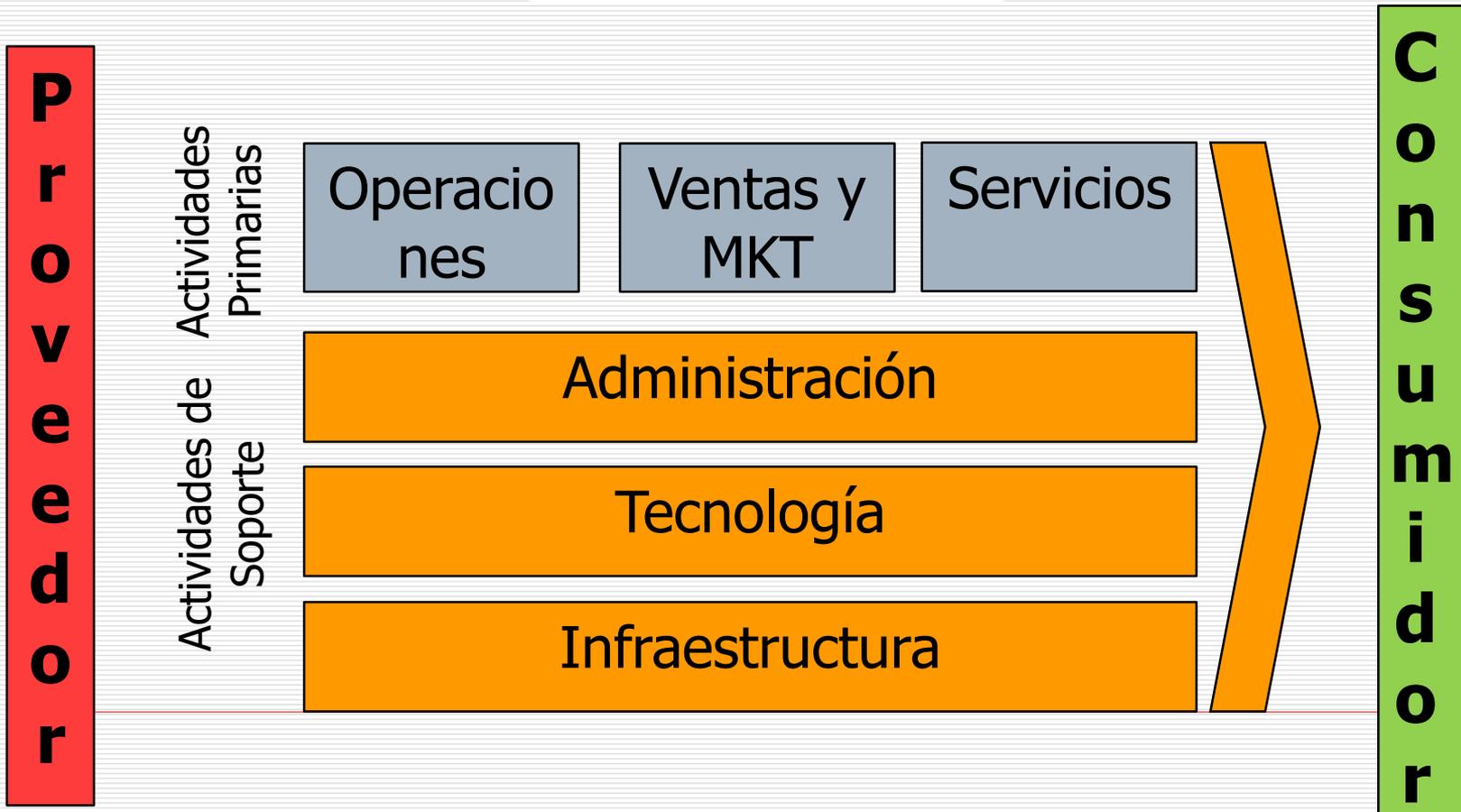
Comparación creación de valor

Modelo Cadena  
de Valor Lineal

Modelo de  
Plataforma

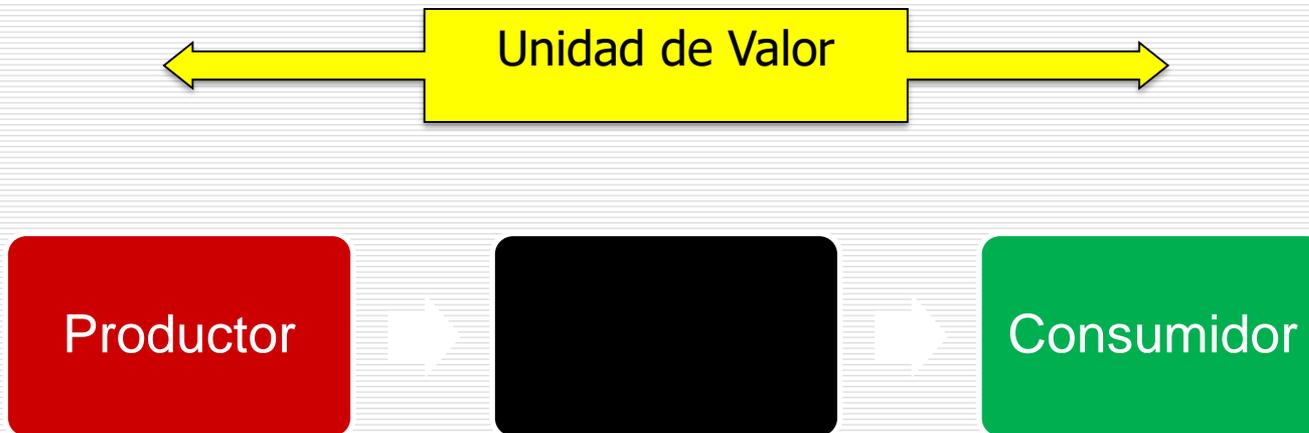
# Plataformas – Diseño

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

The diagram illustrates the platform model. At the top is a purple bar with the title '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 labeled 'Suministro' and a green one labeled 'Demanda'. A red double-headed arrow connects 'Plataforma' and 'Suministro', and a light blue double-headed arrow connects 'Plataforma' and 'Demanda'. A thin red horizontal line passes behind 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**

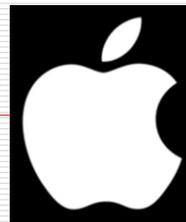
**Activos**

**Activos**

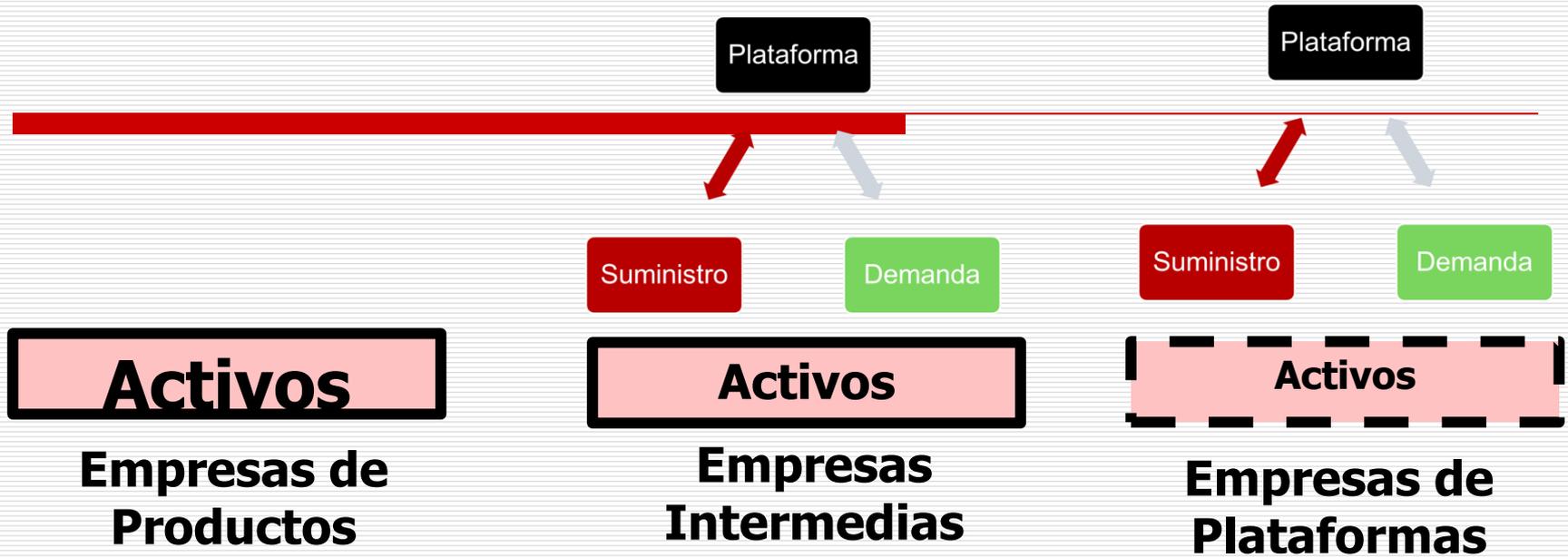
**Empresas de  
Productos**

**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.**

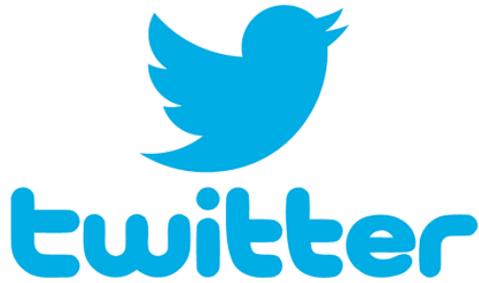
---

# Plataformas – Diseño

## Principio: Definir Unidad de Valor

Formas de monetizar una plataforma

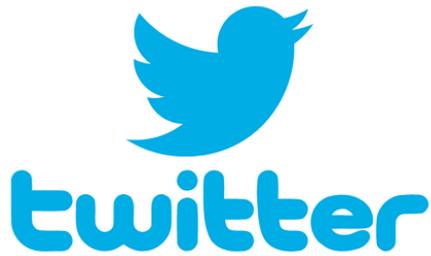
**Unidad de Valor: Es el valor creado / consumido por los actores de la plataforma**



# 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

```
graph TD; A[Red Herramientas Datos] <--> B[Productor]; A <--> C[Consumidor]; B --- C;
```

The diagram illustrates the value chain optimization of a platform. At the top, a black rounded rectangle contains the text 'Red Herramientas Datos'. Below it, two double-headed arrows connect this box to two other boxes: a red one labeled 'Productor' on the left and a green one labeled 'Consumidor' on the right. A horizontal line connects the 'Productor' and 'Consumidor' boxes, indicating their direct interaction.

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 aplicacion.**

- **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  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 positioned below the text "Ejemplo:".

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 logo for Vimeo, featuring the word "vimeo" in a lowercase, bold, black, sans-serif font with a distinctive dot over the 'i'.

# El lado legal de la economía digital

---

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

# Ecosistema Digital

---

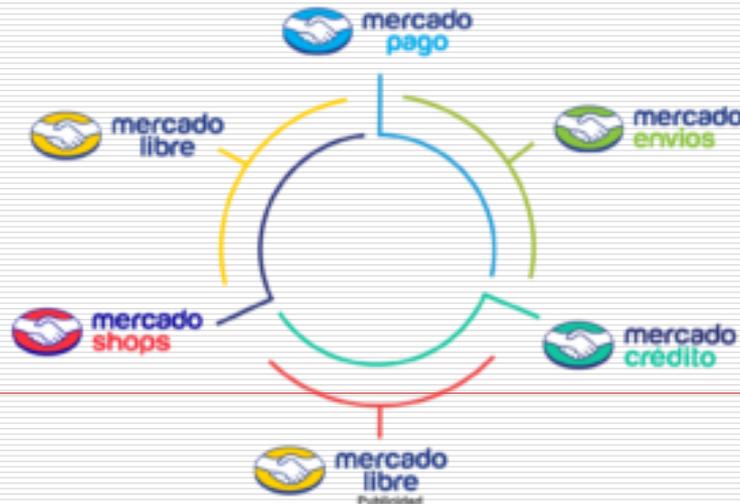
“Es una red de servicios y productos interconectados entre sí que están creados para generar una gran satisfacción y experiencia al cliente”

---

# Ecosistema Digital

## Ejemplo:

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.



# Hacia dónde vamos?

## Ejemplo: industria del turismo hospedaje



Lineal



Blockchain



# 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



Trueque  
9.000 AC



Moneda  
S. VII AC

Cheque /  
Tarjeta



Internet  
S. XX



Moneda  
Digital  
S.XXI



---

**Fin de la presentación**

**Muchas Gracias!!**