

LISTA DE COTEJO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO: DISEÑO DE NEGOCIOS DIGITALES UNIDAD: I		
NOMBRE DEL DOCENTE: ROSARIO CARVAJAL HERNÁNDEZ		FIRMA DEL DOCENTE		
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACION				
NOMBRE DEL ALUMNO: VELAZQUEZ HERNANDEZ MARCOS ELI	No. DE CONTROL: 18100433	FIRMA DEL ALUMNO: #		
PRODUCTO: AJANLE DE PROYECTO	FECHA: 22-09-2022	PERIODO ESCOLAR: SEPT. 22 - ENE 23		
INSTRUCCIONES DE APLICACION				
Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
10	Material a utilizar: Se apegó a los criterios previamente establecidos.	X		
10	Creatividad: Plasmó los temas con ingenio.	X		
5	Originalidad: El producto es único.	X		
10	Contiene todos los temas relacionados a la unidad.	X		
10	Claridad y Estructura: Se da a entender el tema que se está tratando.	X		
5	Responsabilidad: Entregó el producto en la fecha y hora señalada.	X		
50%	CALIFICACION	50%		

LISTA DE COTEJO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO: <u>DISEÑO DE NEGOCIOS DIGITALES</u> UNIDAD: <u>I</u>		
NOMBRE DEL DOCENTE: ROSARIO CARVAJAL HERNÁNDEZ		FIRMA DEL DOCENTE		
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACION				
NOMBRE DEL ALUMNO: <u>VELAZQUEZ HERNANDEZ MARCOS EUI</u>		No. DE CONTROL: <u>18100433</u>	FIRMA DEL ALUMNO: 	
PRODUCTO: <u>REPORTE DE INW.</u>	FECHA: <u>22-09-2022</u>	PERIODO ESCOLAR: <u>SEPT 22 - ENO 23</u>		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<u>10</u>	Material a utilizar: Se apegó a los criterios previamente establecidos.	<u>X</u>		
<u>10</u>	Creatividad: Plasmó los temas con ingenio.	<u>X</u>		
<u>5</u>	Originalidad: El producto es único.	<u>X</u>		
<u>10</u>	Contiene todos los temas relacionados a la unidad.	<u>X</u>		
<u>10</u>	Claridad y Estructura: Se da a entender el tema que se está tratando.	<u>X</u>		
<u>5</u>	Responsabilidad: Entregó el producto en la fecha y hora señalada.	<u>X</u>		
<u>50/.</u>	CALIFICACIÓN	<u>50/.</u>		



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
DE SAN ANDRÉS TUXTLA**

ASIGNATURA

DISEÑO DE NEGOCIO DIGITAL

CARRERA

INGENIERÍA EN INFORMÁTICA

ESTUDIANTE

MARCOS ELÍ VELAZQUEZ HERNANDEZ

ASESOR

ROSARIO CARVAJAL HERNANDEZ

SAN ANDRES TUXTLA, SEPTIEMBRE DEL 2022

Presentación.....	1
Índice.....	2
Introducción.....	3
Cap. 1 INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS DIGITALES.....	4
1.1 El negocio.....	4
1.2 Definición del negocio.....	5
1.3 Objetivos y planificación.....	6
1.3.1 objetivo general.....	6
1.3.2 objetivos específicos.....	6
1.3.3 cronograma de actividad.....	7
1.4 Análisis del negocio	6-7

Introducción

En el siguiente trabajo se enfocará el tema de los videojuegos para la realización de un negocio, teniendo en cuenta los puntos más destacables en el área del mercado, con base en ello se analizará la ubicación las misiones que cuenta y de los valores que se forman en ese ámbito laboral, así como también el organigrama que lo constituye, y sobre todo resaltando las funciones que abarca e indicando los procesos que conforman esta organización.

CAPITULO 1 INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS DIGITALES

1.1 El negocio

GameSmasher es un establecimiento dedicado a la alquiler de dispositivos de entretenimiento para el consumo personal, cuenta con instalaciones dedicadas al gaming y está equipada para los gustos de cada consumidor, como lo son consolas de videojuegos, máquinas de gancho y pc gamers, además de contar con un área de distribución para la compra ya sea tanto de componentes o equipos incluyendo un área dedicada al soporte técnico.

GameSmasher cuenta con un game center principal que lleva 8 años en funcionamiento, aunque con el paso del tiempo ha adquirido pequeñas franquicias en diferentes estados de la república, lo que nos diferencia de los demás centros es que no solo con todos los justos que el cliente requiere y además constantemente está actualizándose a las diferentes tendencias del mercado en cuanto a videojuegos se trate, pero el mayor impacto que ofrecemos es un servicio de streaming, con este servicio el usuario mediante un dispositivo portátil como laptop pc o móvil podrá jugar títulos de videojuegos retro de las consolas de los años posteriores desde la comodidad de su hogar.

Como se mencionó en lo anterior GameSmasher cuenta con diferentes establecimientos el principal se encuentra ubicado en la zona centro de Catemaco. Calle Zaragoza, entre la farmacia roma y la farmacia Yza. Teléfono 2941243050. Correo: game_smasher@gmail.com.



1.2 Definición del negocio

GameSmasher es un establecimiento mayormente enfocado al entretenimiento para todos los gustos. el establecimiento principal cuenta con equipos de consolas de videojuego de primera generación, en la zona de juegos contamos con 5 consolas de las diferentes compañías de entretenimiento como lo son Xbox one x de la compañía de Microsoft, play station 5 de la empresa Sony y Nintendo switch oled de la compañía Nintendo.

Además de contar con máquinas de arcade clásica con títulos de juego retro, así como también las famosas máquinas de garra inspiradas como las máquinas de garra ufo de Japón con premios fuera de los clásicos peluches. incluso la instalación cuenta con equipos gaming para los gustos más exigentes en rendimiento y gráficos mas altos, estas PC están equipadas con una poderosa tarjeta de video Rtx 3060 y 16gb de memoria RAM, así como además de incluir un procesador ryzen 7 de primera generación.

Contamos con un área especializada a la reparación y al soporte técnico de los equipos, no solo a los del establecimiento sino incluso para las clientes ofreciendo nuestro servicio como una alternativa más eficiente a la que existen en la zona.

En los últimos años el gaming ha crecido en gran medida por consolas de primera generación y títulos nuevos basados en viejas franquicias han sido esencial para la atracción de nuevos clientes ya que estos son los que han consumido antes y puede que sigan consumiendo

Actualmente debido a una difícil situación que presenta el mundo ese crecimiento se ha estancado debido al seguimiento a las normas actuales que solicita el gobierno, por lo tanto, la interacción con el cliente se ha disminuido a gran medida que actualmente se ha contemplado el uso de las tecnologías como una nueva estrategia de ventas con el fin de continuar con el crecimiento el cual está basada la empresa que son los videojuegos.

En GameSmasher se pretende el poder revolucionar el mercado de videojuegos con un nuevo enfoque nunca antes visto, inspirados en el impacto que ha tenido las plataformas de streaming en el mercado en esta época nuestra propuesta sería el innovar creando una plataforma de streaming en donde los usuarios ya no tendrán la necesidad de comprar títulos exclusivos a precios altos o de necesitar equipos de primera generación a precios exorbitantes para poder estrenar títulos recientes, todo esto gracias a la ayuda del streaming.

1.3 Objetivos y planificación

1.3.1 Objetivo general

Diseñar la planeación de un negocio digital en base al conocimiento de la arquitectura y tecnologías con la finalidad de cambiar hacia nuevas formas de administrar, dirigir y hacer negocio en la empresa "GameSmasher".

1.3.2 Objetivos específicos

1. Definir el negocio físico que se convertirá en negocio digital
2. Determinar la arquitectura del negocio digital
3. Determinar las tecnologías que se utilizarán para su diseño
4. Diseñar el negocio digital en base a lo anterior
5. Realizar la propuesta de negocio digital
6. Documentar los resultados obtenidos

1.4 Análisis del negocio



1. **Necesidad:** Problema u oportunidad que debe ser atendida en un entorno organizacional. GameSmasher toma en cuenta la necesidad de poder adquirir juegos de formas más rentables para el usuario.
2. **Cambio:** El acto de transformar como respuesta a una necesidad. El cambio es vital para mejorar el desempeño de una organización. como parte del cambio se planea el poder contar con juegos de una forma nunca antes vista con ayuda del streaming.
3. **Contexto:** Es todo lo relevante al cambio que se encuentra en el entorno; ello puede incluir actitudes, comportamientos, cultura, infraestructura, competidores, procesos, productos, proyectos, ventas, tecnología, clima, y cualquier otro elemento que se ajuste a la definición formal del concepto. El enfoque del streaming sería un concepto nuevo es este mercado de videojuegos ya que se podrá usar sin necesidad de comprar el videojuego.
4. **Solución:** Combinación de cambios y factores para satisfacer una o varias necesidades dentro de un contexto específico. Esto causaría una solución radical a una de las principales problemáticas que sería la falta de un equipo bien equipado para poder correr el juego de forma estable.
5. **Interesado:** Conocido en inglés como “Stakeholder”, hace referencia a un individuo o grupo, que tiene relación con las necesidades, cambios o

soluciones. Se definen en términos del interés, impacto e influencia de cada uno y su relación con la necesidad, cambio y solución propuesta. Esta propuesta se enfoca principalmente a los gamers de todas las edades ya que esta nueva propuesta puede ser del agrado del público joven en general que no tenga el presupuesto para poder obtener títulos exclusivos ya sea por la falta de equipo o de dinero.

6. **Valor:** Es la importancia, valía o utilidad de algo para un interesado dentro de un contexto. Puede ser potencial o medido mediante retornos reales con resultados positivos o negativos. Puede ser también tangible o intangible, y evaluado en términos absolutos o relativos, según las circunstancias. Nuestra meta siempre será el tener a nuestros usuarios satisfechos con esta nueva experiencia de juego un enfoque personal analiza que esto revolucionará en gran forma las experiencias del gaming en gran medida.

Actualmente en el mercado de los videojuegos se encuentra escaso debido a que hay muy pocos centros de videojuegos en México, la intención del proyecto es dar es el crear una nueva estrategia implementando el uso de nuevas tecnologías para ampliar en gran medida el mercado y expandirlo a nuevos horizontes, como el uso de plataformas de streaming usando una plataforma web que además de servir como vendedora de títulos digitales pueda vender los títulos físicos. Para incluir títulos internacionales.

Todo con el fin de que nuestros consumidores puedan disfrutar de sus títulos de videojuegos favoritos desde la comodidad de su casa sin necesidad de poder pagar precios elevados con el fin de poder gozar con todos los títulos de videojuegos disponibles.

1.5 Modelo de negocios digital a seguir

Modelo de negocio disruptivo

Los modelos de negocios disruptivos son aquellos que han roto bruscamente con las viejas formas de hacer negocios, impactando visiblemente a la sociedad y cambiando todos los sistemas existentes. Han influido en modelos económicos, sociales, educativos, corporativos y legales que en muchos casos no logran estar por delante del cambio.

Para la empresa es la respuesta más conveniente para el agrado de los usuarios, ya que se ha comprobado que no buscan mejoras en productos o servicios existentes, sino una forma totalmente nueva de proceder y satisfacer sus necesidades. Como un mejor rendimiento y mejores gráficos y nuevas experiencias al correr los videojuegos además de un gran y amplio catálogo de títulos.

Todo esto ha sido posible ya que gracias a las nuevas tecnologías disruptivas desplegadas en los últimos 17 años que han acelerado su innovación. La inteligencia artificial (IA), la robótica, el Blockchain, Internet de las cosas (IoT), VANT (vehículos aéreos no tripulados) y la realidad virtual y aumentada, son las tecnologías que han dado paso a estos nuevos modelos de negocios.

Modelo de negocio de franquicias

Una franquicia es un modelo de negocio en el que una empresa, denominada franquiciador(a) o franquiciante, otorga a una o varias personas denominada(s) franquiciado o franquiciatario, el derecho a utilizar su marca e imagen y, a comercializar sus productos o servicios en un área específica y por un tiempo establecido, a cambio de una cantidad de dinero y/o condiciones determinadas.

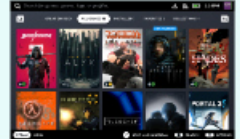



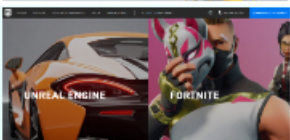
El modelo de negocio de franquicia es muy atractivo, es una especie de “sociedad” o “alianza” que representa una relación comercial ganar-ganar, ya que, al franquiciador, le permite hacer crecer su negocio rápidamente con inversiones relativamente bajas, con pequeños incrementos de infraestructura y personal

(característica del crecimiento exponencial) y, sin tener que gestionar cada una de las nuevas unidades de franquicia adquiridas por los franquiciados.

Por otra parte, a los franquiciados, les brinda la posibilidad de aprovechar el posicionamiento de una marca de la empresa propietaria de la misma, para minimizar el riesgo, tiempo y recursos que representan iniciar un negocio sin experiencia, conocimientos y sin clientes.

En algunos casos el franquiciado tiene la posibilidad de crecer adquiriendo mayor número de unidades de franquicia y/o zonas más grandes de exclusividad de la misma. GameSmasher cuenta con unas franquicias que ofrecen sus servicios en el área local con una posible expansión en diferentes puntos en el país

MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES A SEGUIR

	NEGOCIO DIGITAL	LINK	IMAGEN	ASPECTOS A SEGUIR
1	Steam	https://store.steampowered.com/?l=spanish		<ul style="list-style-type: none"> • variedad de juegos • una comunidad amplia • perfiles personalizables • chat online • accesibilidad
2	ciberpuerta	https://www.cyberpuerta.mx/		<ul style="list-style-type: none"> • variedad de productos • precios accesibles • calidad • eficiencia en la compra
3	Xbox Gamepass	https://www.xbox.com/es-mx/xbox-game-pass/po-game-pass		<ul style="list-style-type: none"> • prestigio • una comunidad amplia • chat online • accesibilidad
4	Playstation plus	https://www.playstation.com/es-mx/ps-plus/?emoid=pa-co-445474&golero=ds		<ul style="list-style-type: none"> • prestigio • una comunidad amplia • chat online • accesibilidad
5	Epic game	https://www.epicgames.com/site/es-ES/home		<ul style="list-style-type: none"> • gráficos de calidad • exclusividad • optimización fluida en los juegos • rangos amplios en títulos

Referencias

- [1] Alba, María. (2005). Franquicias una perspectiva mundial. México: Fondo editorial FCA.
- [2] Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. 8a. Ed. México: Pearson Educación.
- [3] Zott, H y Amit, R. "Business Model Design: An Activity System Perspective". Long Range Planning 43, 2010, 216-226.
- [4] Schiffman, L.G., y Kanuk, L.L., (2000): "Consumer Behavior", 7th ed. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- [5] Serra Cantallops, A y Salvi, F (2014): "New consumer behavior: A review of research on eWOM and hotels". Intern. Jour. of Hospitality Management. 36. 41- 51



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
DE SAN ANDRÉS TUXTLA**

ASIGNATURA

DISEÑO DE NEGOCIO DIGITAL

CARRERA

INGENIERÍA EN INFORMÁTICA

ESTUDIANTE

MARCOS ELÍ VELAZQUEZ HERNANDEZ

ASESOR

ROSARIO CARVAJAL HERNANDEZ

SAN ANDRES TUXTLA, SEPTIEMBRE DEL 2022

La importancia del internet

Internet ya no es un fenómeno nuevo, pero sin duda ha revolucionado el mundo tal y como se conocía hace 30 años. Es un fenómeno global, vinculado estrechamente con la comunicación, pero que influye en gran medida sobre casi todos los ámbitos de la sociedad. Poco podían imaginar sus creadores que en apenas 20 años sería un invento tan imprescindible como el teléfono o la televisión.

En principio el principal propósito de Internet es la comunicación: permitir al ser humano una comunicación sin barreras, que no tenga en cuenta el espacio, ni fronteras, distancias, sociedades... Internet en sí mismo no comunica, pero es un medio, lo que se llama un canal de comunicación (al igual que el aire es un canal para la lengua hablada).

La historia de la humanidad está llena de avances y de descubrimientos de nuevos canales de comunicación que han cambiado su devenir. La propia escritura fue sin duda uno de los mayores, pues ya no era necesario que emisor y receptor estuviesen en el mismo sitio para comunicarse, eliminando el tiempo como frontera para transmitir conocimiento.

Tras la escritura hubo otros muchos inventos que buscaron eliminar la distancia para transmitir mensajes, algo que se acabó logrando con avances como el telégrafo o el teléfono, mucho más recientes. Una vez que la distancia ya no fue un problema, la humanidad comenzó a estar comunicada de forma global. Aparatos como la radio o la televisión, que ofrecían comunicación unidireccional, se hicieron imprescindibles para la sociedad.

La invención de los ordenadores y su difusión, dio lugar al siguiente y natural paso, la creación de un medio de comunicación que permitiese el trasvase de datos informáticos aprovechando todos los avances existentes. De esta simple necesidad surgió Internet, primero de la necesidad de dos jóvenes investigadores que querían comunicar sus ordenadores entre ellos, pero luego de la propia necesidad de la humanidad de compartir y comunicarse.



En Internet abunda la comunicación en todos los ámbitos, desde publicidad, entrevistas, artículos, vídeos, chats, emails, pero también se intercambian datos, música, documentos, libros, imágenes... casi cualquier tipo de comunicación visual y auditiva que podamos imaginar. El hombre encontró un modo por fin de compartir todo lo que desea con el resto del mundo, y no es baldío decir que eso no tiene precio, aunque para las industrias y la economía formadas al amparo de Internet, el beneficio económico sea muy tangible.

Servicios que ofrece en los negocios digitales

Empresas de software, hardware, cadenas de radio, televisión, prensa, editoriales, tiendas online, servicios varios, empresas tecnológicas... han proliferado intentando aprovechar las ventajas que ofrece la difusión de sus productos a más de mil millones de personas (y creciendo). Hace diez años era muy raro encontrar tiendas físicas que ofreciesen sus productos en internet. Hoy, si no estás en la red, casi se puede decir que no existes. Las cosas cambian, y la fiebre de la red es muy contagiosa.

Es difícil conocer con exactitud si las nuevas tecnologías de la comunicación, como los móviles, ordenadores o navegadores, serían lo que son ahora gracias a la llegada de Internet o bien si Internet se ha beneficiado de esos avances para seguir creciendo. Posiblemente sea una relación simbiótica, en la cual la red aprovecha

esos avances y estos se aprovechan de Internet. Las nuevas tecnologías nacen en internet, se distribuyen por internet y mueren en internet. Un avance científico o novedad que hace décadas tardaba años en poder implantarse a nivel mundial, puede ser ahora copiado y distribuido en cuestión de horas.

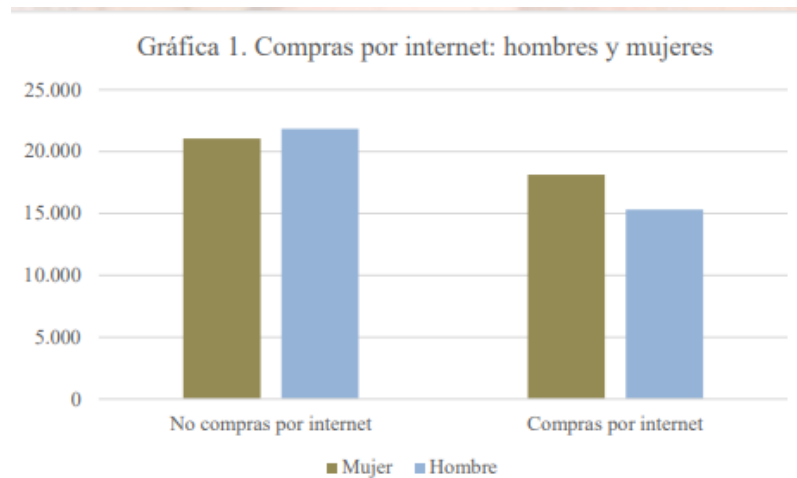
Y no sólo en el ámbito científico o empresarial Internet ha revolucionado lo existente. En la comunicación personal se han abierto nuevas posibilidades con el uso de la mensajería instantánea, las redes sociales, los chats... Cualquiera que tenga algo que decir, puede hacerlo, y a quien quiera.

Usabilidad de los negocios digitales en México

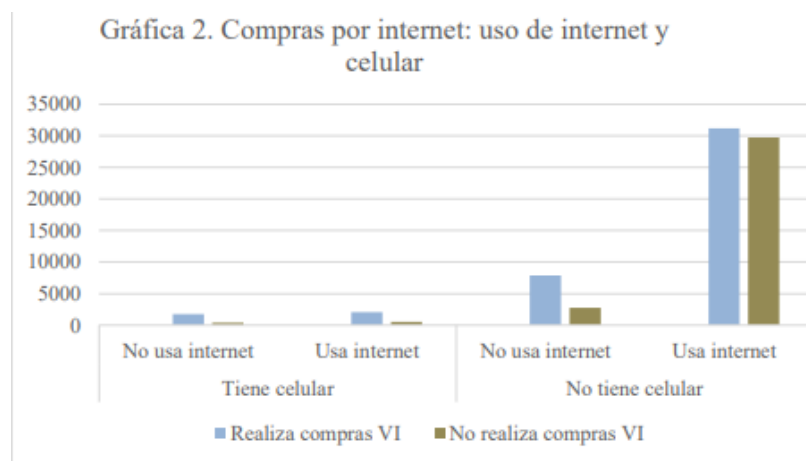
En México el Marketing Digital se ha ido profesionalizando a lo largo del tiempo. Se trata de una estrategia adecuada a las necesidades de la empresa, logrando alcanzar los objetivos propuestos, ya sea presencia de marca, branding, lead generation, prospección, comunicación de mensajes específicos a las audiencias particulares, lead nurturing, performance marketing, entre otros.

Hoy en día el marketing es uno de los sectores que sabe aprovechar los cambios que trae la era digital. Crea sus propias estrategias utilizando herramientas digitales para poder llegar a todos los consumidores en cualquier parte del mundo. Este trabajo tiene como propósito estimar la probabilidad que tiene un individuo de realizar compras por internet dado un conjunto de variables como el acceso a internet, el nivel de educación, el sexo, si se cuenta con celular, uso diario de internet y edad.

Principales resultados descriptivos La gráfica 1 muestra una comparación entre las compras vía internet de hombres y mujeres. 21,054 mujeres no realizan compras por internet, sin embargo 18,134 si realizan esta actividad. Para el caso del género opuesto, 21,836 hombres no compran por internet mientras que 15,319 si lo hacen, siendo las mujeres quienes tienen un mayor porcentaje de realizar esta actividad.



En la gráfica 2 se realiza una comparación entre los individuos que hacen uso del internet y cuentan con celular siendo 2,073 personas las que realizan compras por internet. Caso contrario los individuos que no realizan compras por internet sin embargo si hacen uso del internet son 29,755 personas.



Cerca de 62 millones de mexicanos son usuarios activos en redes sociales. El rango de edad principal de los usuarios de redes sociales está entre los 25 y 34 años, seguido de 18 a 24 años.

- Las redes sociales más utilizadas en México son Facebook, YouTube e Instagram. TikTok es actualmente la aplicación más descargada en México.

E-Commerce

Definido de una forma muy amplia e ideal, comercio electrónico o e-commerce es una moderna metodología que da respuesta a varias necesidades de empresas y consumidores, como reducir costes, mejorar la calidad de productos y servicios, acortar el tiempo de entrega o mejorar la comunicación con el cliente. Más típicamente se suele aplicar a la compra y venta de información, productos y servicios a través de redes de ordenadores.

En los últimos tiempos el termino se presenta siempre como invariablemente ligado al desarrollo de Internet, se dice que la mensajería electrónica o e-mail fue el primer incentivo para que Internet se convirtiese en una herramienta habitual en la vida de mucha gente, y que el comercio electrónico podría ser ese segundo gran empujón que la red necesita para que su uso se convierta de verdad en algo general y cotidiano.

E.Business

E-business significa negocio electrónico y es la realización de transacciones de forma digital, a través de diferentes soluciones tecnológicas. Este término clasifica a las empresas que surgieron íntegramente digitales y también a las que migraron al medio digital.

El e-business ha cambiado la forma en que las empresas hacen negocios. En los últimos años, la digitalización de procesos y la adopción de modelos de venta cada vez más modernos han provocado transformaciones reales en las relaciones comerciales.

Y si durante un tiempo solo las grandes empresas pudieron poner en marcha una estructura de comercio electrónico, hoy las pequeñas y medianas marcas también se benefician del negocio digital.

Características

Para la empresa, los mercados electrónicos suponen una difusión de la información y a veces del propio producto- sin prácticamente coste marginal alguno, es decir, no su pone coste diferencial el hecho de que mi periódico en Internet lo lea yo sólo o lo lean cien millones de personas, porque no tengo que pagar un soporte físico -el papel- para mi información, me limito a ponerla ahí al alcance del público.

Por otro lado, la definición de público objetivo puede cambiar bastante, puesto que mi producto puede, gracias a ese nuevo medio, ser accesible para mucha más gente distribuida por todo el 2 mundo y que accede a mi producto en igualdad de condiciones que el que tengo aquí a la vuelta de la esquina, sin coste adicional en el caso del producto bit o con el coste extra del transporte en el caso del producto átomo.

E-Business en los procesos de negocios de las organizaciones

En primer lugar, pasaremos a dar una definición exacta de que es el negocio electrónico. El e-business es la aplicación de las tecnologías de la información para facilitar la compraventa de productos, servicios e información a través de redes públicas basadas en estándares de comunicaciones.

Tiene que existir en uno de los extremos de la relación comercial un programa de ordenador y en el otro extremo o bien otro programa de ordenador, o una persona utilizando un ordenador o una persona con los medios necesarios para acceder a la red.

Tipologías De E-Business

El e-business puede tener diferentes tipologías. Conviene aclarar que el e-business es un fenómeno en constante evolución por lo que continuamente se están generando nuevas tipologías de negocio electrónico. Cada vez serán más tipos de organizaciones las que se conviertan al soporte digital, ya que la tecnología avanza rápidamente y abre nuevas fronteras día tras día. A continuación, mencionamos algunas de las más importantes:

- Subastas en Línea: Las subastas por Internet son más democráticas que las que se realizan en casas de subastas físicas, porque este medio permite la participación de todo aquel que tenga una conexión.
- Portales de compra-venta entre particulares: Quien así lo desee puede ser ofertante, comprador o las dos cosas a la vez.
- Banca Electrónica o E-banking: La banca electrónica constituye uno de los negocios más exitosos de la red. Permite que los clientes accedan a sus cuentas bancarias y operen por medio de un sitio Web fácil de usar, La banca on-line ahorra tiempo y dinero a usuarios y a empresas.
- Guías Electrónicas: Las guías son siempre útiles para encontrar un servicio o producto en especial.
- Ingeniería en Línea: Hoy en día ya no es pertinente donde están los ingenieros. Todo aquel que tenga conexión a Internet puede participar en el desarrollo. Se han creado herramientas conjuntas para el desarrollo.
- Juegos de Azar electrónicos: Son uno de los negocios más rentables en Internet.
- E-learning: El aprendizaje on-line brinda una nueva dimensión del aprendizaje digital. En lugar de recibir un CD o disquete que contiene un archivo ejecutable que explique un tema y contenga una evaluación, el alumno accede al material on-line. Y se puede además hacer consultas y chatear con las demás personas que están en línea en el curso.

- Correo Electrónico: Hay quienes no asocian el correo electrónico con los negocios digitales, pero la comunicación es la base de todo negocio. Cada vez más organizaciones se comunican en forma digital.
- Marketing Electrónico: En la sociedad de la informática, todo fluye. Gracias al Internet las empresas pueden responder a las demandas de cada cliente y tratar a cada uno según sus preferencias.

Qué diferencia existen entre eBusiness y eCommerce

Para que lo veamos con más claridad, veamos una definición de ambos conceptos. Cuando hablamos de e-Business, nos referimos a cualquier actividad económica realizada por Internet en la que utilicemos tecnologías de la comunicación. Puede ser cualquier tipo de negocio, no tiene por qué ser una aplicación en la nube, o una empresa relacionada con la tecnología. Una empresa que vende servicios a través de Internet es un e-Business.

¿Y qué es eCommerce? El e-Commerce o comercio electrónico hace referencia a actividades de naturaleza comercial en las que vendemos y/o compramos bienes a través de Internet.

Para tener un comercio electrónico o practicar esta actividad, necesitamos crear una tienda online o utilizar alguna plataforma que permita realizar transacciones en línea. En cambio, el e-Business no implica necesariamente tener una tienda online, ni siquiera una página web. Alguien que vende servicios profesionales a través de market places tiene también un e-Business.

Por tanto, todos los e-Commerce son e-Business, pero no todos los e-Business son e-Commerce.

La venta de servicios profesionales en Internet es más rápida y te ofrece la posibilidad de conseguir ingresos a corto plazo. En cambio, el proceso de crear un e-Commerce puede ser más laborioso y requerir de mucha más inversión, por lo que debe pensarse siempre como un proyecto a largo plazo y en el que será necesario hacer una inversión más importante.

Con todo, no queremos decir con eso que un e-Business no requiera también una inversión considerable para llegar a tener éxito. Pero digamos que tiene menos barreras a la entrada y es más fácil para un profesional, emprendedor o empresario lanzar un e-Business que el proceso de crear un comercio online, que muchas veces es el resultado del éxito previo de otras actividades.

Referencias

- [1] Guzmán, C. (2010). La innovación tecnológica en las TIC, industrias creativas y de los contenidos digitales en Venezuela 2008-2017. En Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.), *Pensar los medios en la era digital*, pp. 149-201. Buenos Aires: La Crujía.
- [2] Barro, S. (Coord.) (2015). *La transferencia de I+D, la innovación y el emprendimiento en las universidades. Educación superior en Iberoamérica. Informe 2015*. Chile: CINDA. Resumen ejecutivo.
- [3] Zapata, J. (2013). *Camino emprendedor. Ser, soñar y hacer*. Lima: Malabares.
- [4] Sáez, P., y Pareras, L. (2010). *Capitalismo 2.0. El poder del ciudadano para cambiar el mundo*. Barcelona: Plataforma Editorial.
- [5] Schnarch, A., y Schnarch, D. (2012). *Marketing para emprendedores. Cómo identificar oportunidades y desarrollar empresas exitosas*. Bogotá: Ecoe Ediciones