



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO QUITO**
Formamos tu PROPOSITO DE VIDA

Guía general de
**CREACIÓN DE NEGOCIOS
DIGITALES**



ISBN: 978-9942-562-07-4



9 789942 562074



GUÍA GENERAL DE CREACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES

AUTOR : GABRIELA PROAÑO

PRIMERA EDICIÓN:

AÑO: 2024

TRABAJO EN EDICIÓN:



EQUIPO EDITORIAL:

DIRECCIÓN EDITORIAL: DIEGO JAVIER BASTIDAS LOGROÑO

EDITOR EXTERNO: CRISTINA LIZBET MERCHÁN MERINO

Este material está protegido por derechos de autor. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de esta obra en cualquier medio sin la autorización escrita de los autores y el equipo editorial. El incumplimiento de esta prohibición puede conllevar sanciones establecidas en las leyes de Ecuador.

Todos los derechos están reservados.

ISBN: 978-9942-562-07-4





SOBRE EL AUTOR



María Gabriela Proaño Miño, posee experiencia en Docencia en Institutos Tecnológicos en las carreras de Administración, Hotelería y Turismo, ha realizado estudios en Universidad Tecnológica Equinoccial obteniendo el título en Ingeniería de Empresas Hoteleras, los estudios de cuarto nivel los ha realizado en la Universidad Andina Simón Bolívar – Quito, Ecuador obteniendo los títulos de Especialista Superior en Dirección de empresas Mención Mercadeo y Dirección de Empresas respectivamente. La Maestría en Responsabilidad Social Corporativa y Liderazgo Sostenible en la Escuela de Negocios OBS y Universidad Barcelona.



CONTENIDO

| | |
|--|----|
| GUÍA GENERAL DE CREACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES | 5 |
| 1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA | 5 |
| 2. BIBLIOGRAFÍA | 5 |
| 2.1. Básica | 5 |
| 2.2. Complementaria | 6 |
| 3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS | 7 |
| 4. OBJETIVO GENERAL | 7 |
| 5. FORMACIÓN CIUDADANA, VALORES Y HABILIDADES BLANDAS..... | 7 |
| 6. NORMAS DE CLASE | 8 |
| 7. SISTEMA DE EVALUACIÓN | 9 |
| 8. UNIDADES | 9 |
| UNIDAD 1 GENERALIDADES MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES | 9 |
| Temas y Subtemas..... | 9 |
| DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES..... | 9 |
| Características principales..... | 13 |
| Naturaleza de los Modelos de Negocio Digitales..... | 14 |
| Línea del Tiempo de la Evolución de la Naturaleza de los Modelos de Negocio Digitales | 15 |
| Modelos de Negocio Digitales: Definición, Características y Ejemplos..... | 18 |
| Herramientas para la Creación y Gestión de Modelos de Negocio Digitales..... | 20 |
| La monetización en línea de los negocios digitales..... | 22 |
| Monetización en Línea Potenciada por la Inteligencia Artificial. | 24 |
| Maximizando los Ingresos y la Rentabilidad Empresarial | 25 |
| Exploración de Tendencias Tecnológicas Emergentes y su Impacto en los Negocios ... | 28 |
| Autoevaluación 1 | 31 |
| Resumen de la Unidad 1..... | 34 |
| UNIDAD 2 GENERALIDADES BUSINESS MODEL CANVAS SOSTENIBLE DIGITAL | 36 |
| Temas y Subtemas..... | 36 |
| Introducción al Modelo Canvas Sostenible | 36 |
| Propuesta de Valor en el Modelo de Negocios | 41 |
| Canales de Distribución Online..... | 42 |
| Fuentes de Ingresos Sostenibles en el Modelo de Negocios | 44 |
| Autoevaluación 2 | 47 |
| Resumen de la Unidad 2..... | 50 |
| UNIDAD 3 CANVAS SOSTENIBLE DIGITAL Y ÉTICA | 52 |



| | |
|---|----|
| Temas y Subtemas..... | 52 |
| Recursos Clave Sostenibles Digitales..... | 52 |
| EJEMPLO APLICADO..... | 54 |
| Actividades Clave en la Sostenibilidad del Modelo de Negocio Canvas | 55 |
| Herramientas Tecnológicas hasta Ética en el Modelo de Negocio Canvas..... | 58 |
| Autoevaluación 3..... | 60 |
| Resumen de la Unidad 3..... | 63 |
| 9. BIBLIOGRAFIA | 64 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Tecnología de educación on-line..... | 11 |
| Figura 2 Modelo negocio economía colaborativa..... | 19 |
| Figura 3 <i>Clasificación de diferentes tipos de modelos de negocio digitales que utilizan tecnologías digitales</i> | 21 |
| Figura 4 <i>Ilustra cómo diferentes componentes interconectados sostienen y facilitan el uso de criptomonedas y blockchain</i> | 31 |
| Figura 5: | 39 |
| Figura 6 Lienzo de apoyo alineada con las necesidades y deseos de los clientes objetivo..... | 42 |
| Figura 7 Cadena de suministro tradicional..... | 44 |
| Figura 8 Interconexión de elementos | 47 |
| Figura 9 Dimensiones clave: la dimensión humana y la dimensión financiera | 54 |



GUÍA GENERAL DE CREACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Los estudiantes explorarán los fundamentos esenciales de los negocios digitales, desde la comprensión de la evolución del entorno digital hasta la aplicación de marcos legales y éticos; ya que aprenderán las herramientas y conocimientos necesarios para concebir, lanzar y gestionar negocios exitosos en el mundo digital, integrando estrategias empresariales, tecnologías emergentes y ética comercial.

2. BIBLIOGRAFÍA

2.1. Básica

- Martínez, J. Marketing Digital: Estrategias para Posicionamiento en Línea, Tecnología Editorial Moderna, 2019 - 2023

Proporciona una visión integral y actualizada sobre las estrategias fundamentales para el éxito en el ámbito del marketing digital. A lo largo de sus páginas, el autor explora temas clave como la optimización de motores de búsqueda (SEO), la publicidad en redes sociales, la gestión de contenido digital y el análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas. Con un enfoque práctico y basado en casos reales, el libro ofrece herramientas y técnicas aplicables para posicionar marcas y productos en línea de manera efectiva, adaptándose a las demandas y cambios constantes del entorno digital. Correa Granda, Carlos (2013). *Guía Didáctica Estadística I. Loja–Ecuador: Ediloja.*

- Pérez, R. Analítica Web: Herramientas y Métodos para la Toma de Decisiones, Editorial Digital Avanzada, 2021 – 2023

Ofrece una guía completa sobre el uso de la analítica web para la toma de decisiones estratégicas en entornos digitales. El autor explora diversas herramientas y métodos para recopilar, analizar y interpretar datos web con el objetivo de optimizar el rendimiento online. A través de ejemplos prácticos y casos de estudio, Pérez presenta técnicas avanzadas de análisis de datos que permiten comprender el comportamiento de los usuarios, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficacia de las estrategias de marketing digital. Con un enfoque centrado en la aplicación práctica, el libro se dirige a profesionales del marketing, analistas web y empresarios que buscan





maximizar el rendimiento de sus sitios web y plataformas digitales mediante el uso inteligente de datos.

- García, A. Negocios en la Era Digital: Estrategias para el Éxito, Editorial Digital S.A, 2020 – 2023

Es una mirada detallada y actualizada sobre cómo las empresas pueden adaptarse y prosperar en el entorno empresarial digital en constante evolución. El autor aborda una amplia gama de temas, desde la transformación digital y la innovación tecnológica hasta la estrategia de marketing en línea y la gestión de la experiencia del cliente. Utilizando ejemplos prácticos y casos de estudio, García proporciona a los lectores herramientas y conocimientos prácticos para navegar con éxito por el panorama digital, destacando la importancia de la agilidad, la creatividad y la adaptabilidad en un mundo empresarial en constante cambio. Este libro es una lectura esencial para empresarios, ejecutivos y profesionales que buscan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la era digital y mantenerse competitivos en el mercado actual.

2.2. Complementaria

- Ries, E. Lean Startup: Cómo trabajar menos y lograr más en los negocios digitales, Currency, 2011 – 2023

Es una obra fundamental en el campo del emprendimiento digital. Ries presenta el enfoque Lean Startup, una metodología ágil diseñada para ayudar a los emprendedores a crear y hacer crecer negocios de manera eficiente y efectiva, minimizando el desperdicio y maximizando el aprendizaje. A través de ejemplos prácticos y casos de estudio, el autor explora los principios fundamentales del Lean Startup, incluida la experimentación rápida, el desarrollo iterativo de productos y la validación continua de hipótesis. Ries también destaca la importancia del enfoque en el cliente y el aprendizaje validado para impulsar la innovación y el éxito empresarial en un entorno altamente competitivo y dinámico. Este libro es una lectura obligada para emprendedores, líderes empresariales y cualquier persona interesada en desarrollar negocios digitales de manera ágil y eficiente.

- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. P. Plataformas: ¿Cómo crean riqueza las plataformas digitales, las aplicaciones y las redes sociales, Ediciones Deusto, 2017 - 2023



Los autores analizan cómo las plataformas digitales han transformado las industrias y han redefinido la creación de valor en la economía digital. A través de una investigación exhaustiva y estudios de casos emblemáticos, exploran los principios fundamentales que subyacen al éxito de las plataformas, desde la escalabilidad y la apertura hasta la creación de redes y la monetización. El libro proporciona una visión clara y perspicaz sobre cómo las empresas pueden aprovechar el poder de las plataformas digitales para generar riqueza y prosperar en la economía digital en constante cambio. Es una lectura imprescindible para empresarios, líderes empresariales y cualquier persona interesada en comprender el papel transformador de las plataformas digitales en el mundo actual. Webster, Allen (2000). *Estadística aplicada a los negocios y a la economía*. Santa Fe de Bogotá: Editorial McGraw–Hill S.A.

Este texto contiene una gran cantidad de ejercicios resueltos y propuestos. Además, al final de cada capítulo, proporciona sitios web que el lector puede consultar para encontrar datos e información que puede utilizar para complementar su estudio.

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS

APLICA LAS HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS A EMPRESAS DIGITALES.
EMPLEA ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS Y DE NEGOCIOS EN GENERAL.

4. OBJETIVO GENERAL

Equipar a los estudiantes con las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el ámbito de los negocios digitales, fomentando su capacidad para innovar, liderar y tener éxito en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

5. FORMACIÓN CIUDADANA, VALORES Y HABILIDADES BLANDAS

EDUCACIÓN AMBIENTAL: CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: AMOR: COMUNICACIÓN ASERTIVA Y ESCUCHA ACTIVA

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: COMPROMISO SOCIAL: ADAPTABILIDAD

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: CULTURA: CREATIVIDAD



VALORES & HABILIDADES BLANDAS: GRATITUD: RESILIENCIA

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: JUSTICIA: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: LEALTAD: LIDERAZGO

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: OPTIMISMO: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TIEMPO

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: ORGULLO NACIONAL: PENSAMIENTO CRÍTICO

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: RESPETO: INTELIGENCIA EMOCIONAL.

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: SOLIDARIDAD: TRABAJO EN EQUIPO

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: TOLERANCIA: FLEXIBILIDAD

VALORES & HABILIDADES BLANDAS: VERDAD Y HONRADEZ: PROACTIVIDAD

6. NORMAS DE CLASE

En relación a las normas de clase, es importante destacar que la evaluación de los componentes de gestión académica se compone de tres notas sumativas, cada una con una puntuación máxima de 6.60/6.60, así como un proyecto práctico, como evaluación formativa que se valora con 3.40/3.40, lo que da un total de 10/10 para la calificación del módulo. Los parciales se califican en una escala de hasta 6.60 puntos, representando cada uno el 2.22 de la calificación total de 6.6 puntos. Para presentarse al proyecto final, el estudiante debe haber obtenido al menos 4.50 puntos sumando las tres primeras notas. En caso de no alcanzar este mínimo en el proyecto, se otorga una oportunidad de recuperación dentro de las 48 horas laborables siguientes, según el calendario académico oficial. La nota mínima acumulada requerida para aprobar la asignatura es 7/10, y es esencial mantener al menos un 70% de asistencia a las clases. Los docentes deben informar a los estudiantes sobre sus notas individuales antes de registrarlas en el sistema, y se espera que los alumnos confirmen su aceptación y conformidad con estas calificaciones. Además, los docentes deben entregar un reporte de notas y asistencia a través del SGA y notificado a la coordinación de carrera y registrar las calificaciones en el sistema en un plazo máximo de 5 días posteriores a la recepción del proyecto final





7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

PARCIAL 1

PARCIAL 2

PARCIAL 3

PROYECTO

8. UNIDADES

UNIDAD 1 GENERALIDADES MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

Temas y Subtemas

DESARROLLO DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

MONETIZACIÓN EN LINEA.

IA PARA EMPRENDEDORES

DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES.

Ha transformado profundamente los sectores productivos a nivel mundial. La digitalización no solo ha redefinido cómo las empresas operan, sino que también ha creado nuevas oportunidades de mercado, generando una disrupción significativa en industrias tradicionales.

Se explica cómo diferentes sectores productivos han adoptado y adaptado modelos de negocios digitales, destacando las innovaciones y desafíos que han enfrentado en este proceso.



1. Comercio Minorista y E-commerce

El comercio minorista ha sido uno de los sectores más afectados por la digitalización. El auge del e-commerce ha desplazado gran parte del comercio físico tradicional hacia plataformas en línea.

Empresas como Amazon y Alibaba han liderado esta transformación, implementando modelos de negocio basados en la venta directa al consumidor a través de plataformas digitales.

Estas compañías no solo venden productos, sino que también utilizan tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial y el análisis de big data para personalizar la experiencia del cliente, optimizar la cadena de suministro y predecir demandas futuras.

Además, el modelo de Marketplace, donde terceros venden productos en una plataforma centralizada, ha permitido una mayor diversificación y escalabilidad del negocio.

2. Servicios Financieros y Fintech

El sector financiero ha experimentado una revolución con el surgimiento de las fintech. Estas empresas utilizan la tecnología para ofrecer servicios financieros más accesibles, rápidos y personalizados que los proporcionados por las instituciones tradicionales.

Los modelos de negocio como los pagos digitales, la banca en línea, el crowdfunding y los préstamos peer-to-peer han ganado popularidad a nivel mundial.

Empresas como PayPal, Stripe y Square han cambiado la forma en que se realizan las transacciones financieras, mientras que bancos digitales como N26 y Revolut han comenzado a competir con los bancos tradicionales, ofreciendo servicios financieros a través de aplicaciones móviles sin la necesidad de sucursales físicas. (Gutiérrez-Rubí, 2018)

3. Educación y EdTech

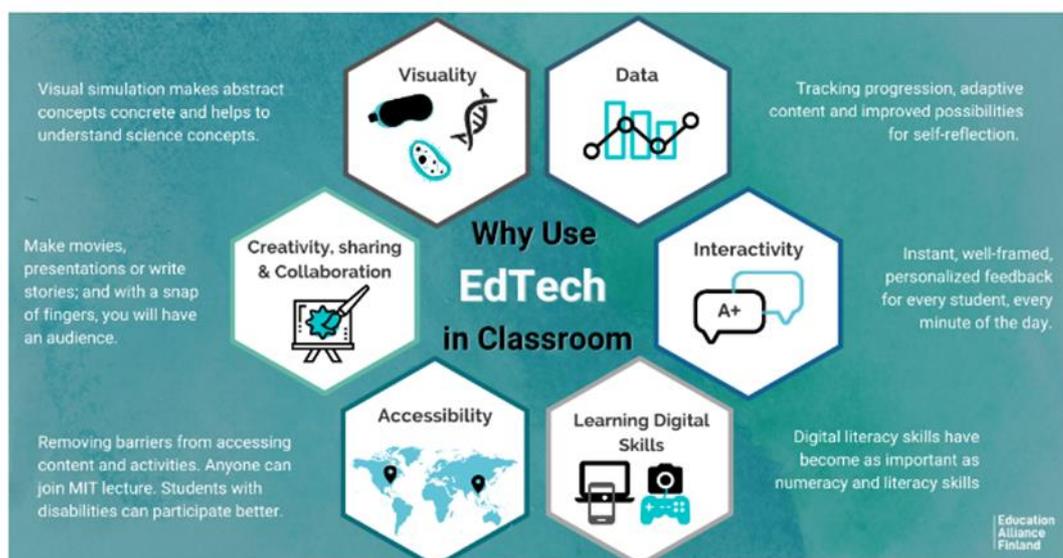
La educación es otro sector que ha sido transformado por los modelos de negocio digitales. La educación en línea o e-learning ha crecido exponencialmente, impulsada por plataformas como Coursera, Udemy y edX, que ofrecen cursos a millones de estudiantes en todo el mundo.

Estos modelos de negocio se basan en la accesibilidad y la flexibilidad, permitiendo a los usuarios aprender a su propio ritmo y en cualquier lugar. Además, la inteligencia artificial está siendo

utilizada para personalizar la experiencia educativa, adaptando los contenidos y métodos de enseñanza a las necesidades individuales de cada estudiante.

La gamificación y el uso de realidad virtual también están comenzando a ser incorporados en las plataformas de EdTech, ofreciendo experiencias de aprendizaje más interactivas y efectivas (Amores, 2020)

Figura 1
Tecnología de educación on-line



Nota: En conjunto, estos aspectos transforman el aprendizaje en una experiencia más accesible, dinámica y efectiva. *Fuente:* <https://educationalliancefinland.com/news/6-advantages-edtech-learners>

4. Salud y HealthTech

El sector de la salud ha sido testigo de una rápida adopción de tecnologías digitales, dando lugar a un crecimiento significativo en el campo de la HealthTech.

Modelos de negocio como la telemedicina, las aplicaciones de seguimiento de la salud, y el uso de dispositivos wearables han permitido a los pacientes acceder a servicios médicos de manera más conveniente y asequible.

Empresas como Teladoc y Babylon Health han desarrollado plataformas que conectan a los pacientes con médicos a través de videollamadas, mientras que Fitbit y Apple Watch permiten a los usuarios monitorear su salud en tiempo real. (Rullán, 2021)

Además, la inteligencia artificial está siendo utilizada para mejorar el diagnóstico médico, analizando grandes cantidades de datos clínicos para identificar patrones y predecir enfermedades.

5. Transporte y Movilidad

El sector del transporte ha sido transformado por modelos de negocio digitales que han cambiado la forma en que las personas se mueven por las ciudades.

El surgimiento de plataformas de movilidad compartida como Uber, Lyft y Didi ha revolucionado la industria del transporte, ofreciendo servicios de transporte bajo demanda a través de aplicaciones móviles.

Estos modelos de negocio se basan en la economía colaborativa, donde los conductores particulares pueden ofrecer servicios de transporte utilizando sus propios vehículos. Además, la digitalización ha permitido el desarrollo de modelos de negocio basados en la movilidad eléctrica y autónoma, con empresas como Tesla y Waymo liderando la innovación en estos campos.

6. Medios y Entretenimiento

El sector de medios y entretenimiento ha sido uno de los más afectados por la digitalización, con un cambio masivo hacia el consumo de contenido en línea. Servicios de streaming como Netflix, Spotify y YouTube han transformado la forma en que las personas consumen películas, música y videos, desplazando a los medios tradicionales como la televisión por cable y la radio.

Estos modelos de negocio se basan en la suscripción, donde los usuarios pagan una tarifa mensual para acceder a un vasto catálogo de contenido.

Además, las plataformas digitales han permitido a los creadores de contenido monetizar su trabajo de nuevas maneras, a través de publicidad, patrocinio y donaciones directas de los usuarios.

Por consecuencia, el desarrollo de modelos de negocios digitales se ha convertido en un aspecto crucial para la supervivencia y el éxito de las empresas en un entorno altamente competitivo y en constante cambio.



Características principales.

Estos modelos de negocios se caracterizan por su capacidad para aprovechar las tecnologías digitales para crear valor, generar ingresos y satisfacer las necesidades de los clientes de manera más eficiente y efectiva que nunca antes.

1. Innovación y la adaptación continua: Las empresas digitales están constantemente buscando nuevas formas de utilizar la tecnología para mejorar sus productos y servicios, optimizar sus operaciones y proporcionar experiencias excepcionales a los clientes.

Un ejemplo destacado de esto es Netflix, que revolucionó la industria del entretenimiento al ofrecer una plataforma de streaming de video bajo demanda, eliminando la necesidad de contenido físico y ofreciendo una experiencia de usuario personalizada basada en algoritmos de recomendación.

2. Capacidad para llegar a una audiencia global y escalar rápidamente: Empresas como Amazon y Alibaba han aprovechado al máximo el poder de Internet para convertirse en gigantes del comercio electrónico, ofreciendo una amplia gama de productos y servicios a clientes de todo el mundo. Estas plataformas digitales no solo facilitan las transacciones comerciales, sino que también permiten a los vendedores y proveedores acceder a un mercado global sin las limitaciones geográficas de las empresas tradicionales.
3. La personalización y la experiencia del cliente: son también aspectos fundamentales de los modelos de negocios digitales. Empresas como Spotify utilizan algoritmos avanzados para recomendar música personalizada a cada usuario, basada en sus gustos y preferencias individuales. Del mismo modo, plataformas de comercio electrónico como Amazon y Netflix utilizan datos de comportamiento del usuario para ofrecer recomendaciones de productos y contenido altamente relevantes, mejorando así la experiencia del cliente y aumentando la lealtad a la marca.
4. La agilidad y la capacidad de adaptación: son esenciales en el desarrollo de modelos de negocios digitales. Las empresas digitales deben estar preparadas para adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y a las nuevas tecnologías emergentes.



Ejemplo aplicado: Airbnb, que ha logrado expandirse rápidamente a nuevos mercados y diversificar su oferta de alojamiento, aprovechando la tecnología digital y las plataformas móviles para conectar a los viajeros con anfitriones locales en todo el mundo.

Naturaleza de los Modelos de Negocio Digitales

La naturaleza de los modelos de negocio digitales actuales a nivel mundial ha experimentado una transformación profunda y acelerada, impulsada por el avance constante de la tecnología y la globalización. En un mundo cada vez más interconectado, las empresas han tenido que adaptarse rápidamente a los cambios en el comportamiento del consumidor, la digitalización de los procesos y la aparición de nuevas tecnologías disruptivas. Estos modelos de negocio digitales, que se alejan de los enfoques tradicionales, han dado lugar a una economía digital dinámica y en expansión, caracterizada por su flexibilidad, escalabilidad y capacidad para ofrecer soluciones personalizadas a una audiencia global (Castaño, 2019)

Desde la aparición del comercio electrónico en los años 90, que marcó el inicio de la transición hacia lo digital, hasta la actual integración de inteligencia artificial, blockchain y el metaverso, los modelos de negocio digitales han evolucionado para abarcar una amplia gama de industrias.

Este desarrollo ha permitido que empresas emergentes y establecidas exploren nuevas formas de crear valor, ya sea a través de la economía colaborativa, servicios basados en la nube, suscripciones, o la creciente tendencia hacia la tokenización de activos. (Aguado, 2020)

El impacto global de estos modelos es innegable, con ejemplos de éxito que abarcan desde gigantes tecnológicos en Silicon Valley hasta startups innovadoras en países en desarrollo. Además, la pandemia de COVID-19 ha acelerado esta evolución, obligando a muchas industrias a digitalizarse rápidamente para sobrevivir, lo que ha resultado en una adopción masiva de plataformas en línea, soluciones fintech, y nuevas formas de interacción a través de canales digitales.

Los modelos de negocio digitales se han convertido en la piedra angular de la economía moderna, caracterizados por su capacidad para innovar rápidamente, adaptarse a los cambios del mercado y ofrecer experiencias personalizadas a los clientes.





Línea del Tiempo de la Evolución de la Naturaleza de los Modelos de Negocio Digitales

1990s: Comienzos del Comercio Electrónico

- **Aparición de Internet:** El acceso generalizado a Internet sienta las bases para los primeros negocios digitales.
- **E-commerce:** Nacen las primeras tiendas en línea como Amazon (1994) y eBay (1995), marcando el inicio del comercio electrónico.

Surge la Economía de Portales Web

- **Modelo de Portales:** Yahoo! (1995) y AOL (1991) popularizan el modelo de portal web, ofreciendo múltiples servicios como correo electrónico, noticias y búsquedas en un solo lugar.
- **Burbuja de las Punto Com:** La rápida expansión de empresas digitales lleva a la burbuja de las punto com, que estalla en 2000, evidenciando los riesgos de negocios basados en expectativas no sostenibles.

2000s: Expansión y Diversificación de los Modelos Digitales

- **Web 2.0:** Surgen plataformas que facilitan la interacción y el contenido generado por el usuario, como Wikipedia (2001) y redes sociales como Facebook (2004).
- **Publicidad en Línea:** Google lanza AdWords (2000), estableciendo un nuevo modelo de negocio basado en la publicidad digital.

Emergencia de los Modelos de Publicidad Freemium

- **Freemium:** Modelos de negocio como el de Skype (2003) permiten el acceso gratuito a servicios básicos mientras cobran por funciones premium, popularizando este enfoque en múltiples industrias.

2007: Revolución Móvil con el Lanzamiento del iPhone

- **Movilidad y Apps:** El lanzamiento del iPhone en 2007 marca el comienzo de una nueva era en la que las aplicaciones móviles se convierten en un pilar de los negocios digitales, con la App Store abriendo nuevas oportunidades de negocio.





2010s: **Disrupción y Nuevas Formas de Interacción**

- **Economía Colaborativa:** Surgen modelos de negocio basados en la economía colaborativa como Uber (2009) y Airbnb (2008).
- **Suscripción y Streaming:** Empresas como Netflix (transición a streaming en 2007) popularizan el modelo de suscripción para contenido digital.

Explosión del Comercio Social y Marketing de Influencers

- **Redes Sociales como Mercado:** Plataformas como Instagram (2010) y TikTok (2016) se convierten en canales clave para el comercio social y el marketing de influencers, transformando la publicidad y la venta directa.

2020s: **Digitalización Completa y Nuevas Tecnologías**

- **Fintech y DeFi:** Crecimiento de las Fintech que ofrecen servicios financieros digitales y la aparición de finanzas descentralizadas (DeFi) utilizando blockchain.
- **Inteligencia Artificial y Big Data:** Se integran herramientas de IA y big data en los modelos de negocio para personalización masiva y optimización.
- **Plataformas SaaS:** Aumento de la adopción de Software as a Service (SaaS) en diversos sectores, con modelos basados en suscripción y acceso en la nube.

Aceleración de la Transformación Digital por la Pandemia

- **COVID-19:** La pandemia acelera la adopción de modelos de negocio digitales en todos los sectores, con un incremento significativo en e-commerce, teletrabajo, y educación en línea.

2024s: **Modelos de Negocio Basados en Realidad Extendida**

- **Metaverso y Realidad Virtual:** Avance hacia modelos de negocio en entornos inmersivos, con experiencias y bienes digitales en espacios virtuales.
- **Tokenización y NFT:** Expansión de modelos de negocio alrededor de activos digitales únicos y tokenizados, como NFTs, en el ámbito del arte, la música, y otros sectores creativos. (Sanz, 2019)





Características principales.

Las principales características y tendencias que definen la naturaleza de los modelos de negocio digitales, así como ejemplos prácticos de empresas que han alcanzado el éxito en este entorno, son las siguientes:

- **Capacidad para aprovechar la tecnología digital para crear valor de formas innovadoras.** Estos modelos se centran en la creación de plataformas digitales que facilitan la interacción entre clientes, proveedores y otros actores del mercado.

Un ejemplo destacado de esto es Uber, que ha transformado la industria del transporte al ofrecer una plataforma digital que conecta a conductores y pasajeros de manera eficiente y conveniente.

- **La flexibilidad y la agilidad son también aspectos fundamentales de los modelos de negocio digitales.** En un entorno digital en constante cambio, las empresas deben ser capaces de adaptarse rápidamente a nuevas tecnologías, tendencias del mercado y demandas de los clientes.

Un ejemplo de esto es Amazon, que comenzó como una librería en línea y ha evolucionado para convertirse en una plataforma de comercio electrónico todo-en-uno que ofrece una amplia gama de productos y servicios.

- **La personalización y la experiencia del cliente:** Las empresas digitales utilizan datos y análisis avanzados para entender las necesidades y preferencias individuales de los clientes, y ofrecer experiencias personalizadas que generen lealtad a la marca.

Un ejemplo destacado de esto es Netflix, que utiliza algoritmos de recomendación para ofrecer contenido altamente relevante a cada usuario, mejorando así la experiencia de visualización y aumentando la retención de clientes.

- **La escalabilidad.** Las empresas digitales tienen la capacidad de crecer rápidamente y alcanzar una audiencia global sin las limitaciones físicas de las empresas tradicionales.



Un ejemplo de esto es Airbnb, que ha logrado expandirse a nuevos mercados en todo el mundo y convertirse en una de las plataformas de alojamiento más grandes del mundo en poco tiempo.

Modelos de Negocio Digitales: Definición, Características y Ejemplos

Los modelos de negocio digitales son estructuras estratégicas que aprovechan la tecnología digital para crear, entregar y capturar valor. Estos modelos han transformado la forma en que las empresas operan, interactúan con los clientes y generan ingresos.

Definición.

Un modelo de negocio digital se refiere a la forma en que una empresa utiliza la tecnología digital para crear, entregar y capturar valor. Implica la incorporación de elementos digitales en todos los aspectos de la operación, desde la oferta de productos o servicios hasta la interacción con los clientes y la generación de ingresos (Torres, 2023)

Características Clave de los Modelos de Negocio Digitales.

- **Conectividad Global:** La capacidad de llegar a audiencias globales a través de internet.

Ejemplo: Plataformas de comercio electrónico como Amazon que permiten a los vendedores llegar a clientes de todo el mundo (Fernández, 2022)

- **Interactividad y Personalización:** La capacidad de interactuar y personalizar la experiencia del usuario.

Ejemplo: Servicios de transmisión de música como Spotify que ofrecen listas de reproducción personalizadas basadas en las preferencias del usuario.

- **Generación de Datos:** La recopilación y análisis de datos para comprender el comportamiento del usuario.

Ejemplo: Google, que utiliza datos de búsqueda para personalizar anuncios y mejorar la relevancia de los resultados.

- **Innovación Continua:** La disposición para adaptarse y adoptar nuevas tecnologías de forma continua.

Ejemplo: Empresas de tecnología como Apple, que lanzan regularmente nuevos productos y actualizaciones para mantenerse a la vanguardia (García, 2021)

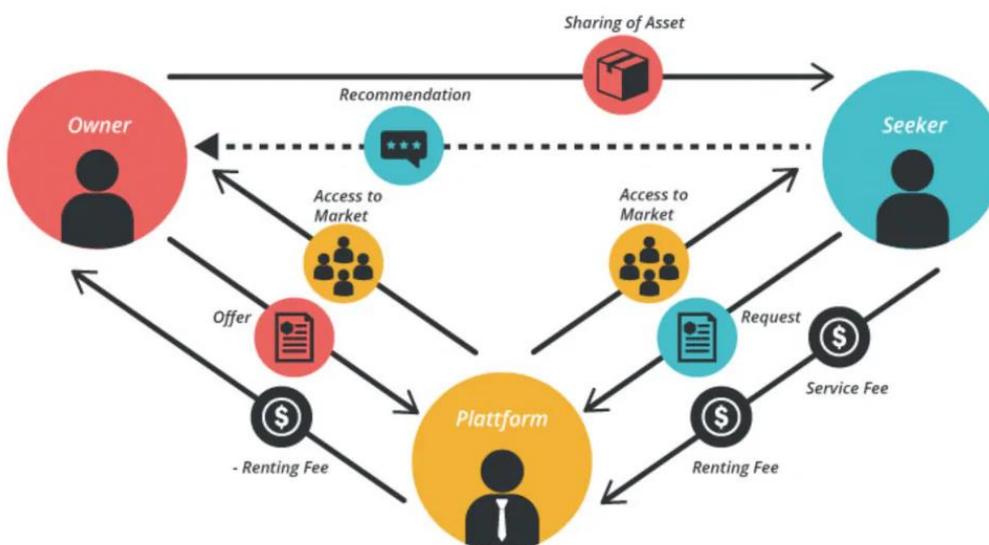
- **Monetización Diversificada:** La capacidad de generar ingresos a través de múltiples fuentes.

Ejemplo: Facebook, que genera ingresos mediante publicidad, juegos, y transacciones en su plataforma.

- **Desintermediación:** Eliminación de intermediarios en el proceso de entrega de valor.

Ejemplo: Plataformas de reserva de alojamientos como Airbnb, que conectan directamente a anfitriones y huéspedes.

Figura 2
Modelo negocio economía colaborativa



Nota: Ilustra un modelo de negocio basado en la economía colaborativa, donde una plataforma digital actúa como intermediaria entre propietarios (Owners) y solicitantes (Seekers) de bienes o servicios. Fuente: <https://www.iebschool.com/blog/modelos-negocios-digitales-mas-utilizados-digital-business/>

Herramientas para la Creación y Gestión de Modelos de Negocio Digitales.

Al comprender las características clave y utilizar herramientas adecuadas, los emprendedores y profesionales de administración de empresas pueden diseñar y gestionar modelos de negocio digitales efectivos en la era digital, aprovechando las oportunidades que la tecnología ofrece para la creación de valor y la generación de ingresos.

- **Business Model Canvas.** Una herramienta visual que ayuda a describir, diseñar, desafiar, inventar y pivotar modelos de negocio.

Uso: Útil en la fase de ideación y planificación estratégica.

- **Lean Canvas:** Una adaptación ágil del Business Model Canvas, centrada en la simplicidad y la acción.

Uso: Ideal para startups y proyectos en etapas tempranas.

- **Google Analytics:** Una plataforma de análisis web que proporciona información detallada sobre el tráfico y el comportamiento del usuario.

Uso: Fundamental para comprender el rendimiento del modelo de negocio digital.

- **Shopify:** Una plataforma de comercio electrónico que facilita la creación y gestión de tiendas en línea.

Uso: Útil para empresas que buscan vender productos o servicios en línea.

- **Hootsuite:** Una herramienta de gestión de redes sociales que permite programar y monitorear la presencia en plataformas sociales.

Uso: Importante para la promoción y participación en línea.

- **Google AdWords:** Una plataforma de publicidad en línea que permite a las empresas crear anuncios y llegar a audiencias específicas.

Uso: Efectiva para estrategias de publicidad en línea.

- **Customer Relationship Management (CRM) Software.** Plataformas que ayudan a gestionar las interacciones con los clientes y mejorar las relaciones.

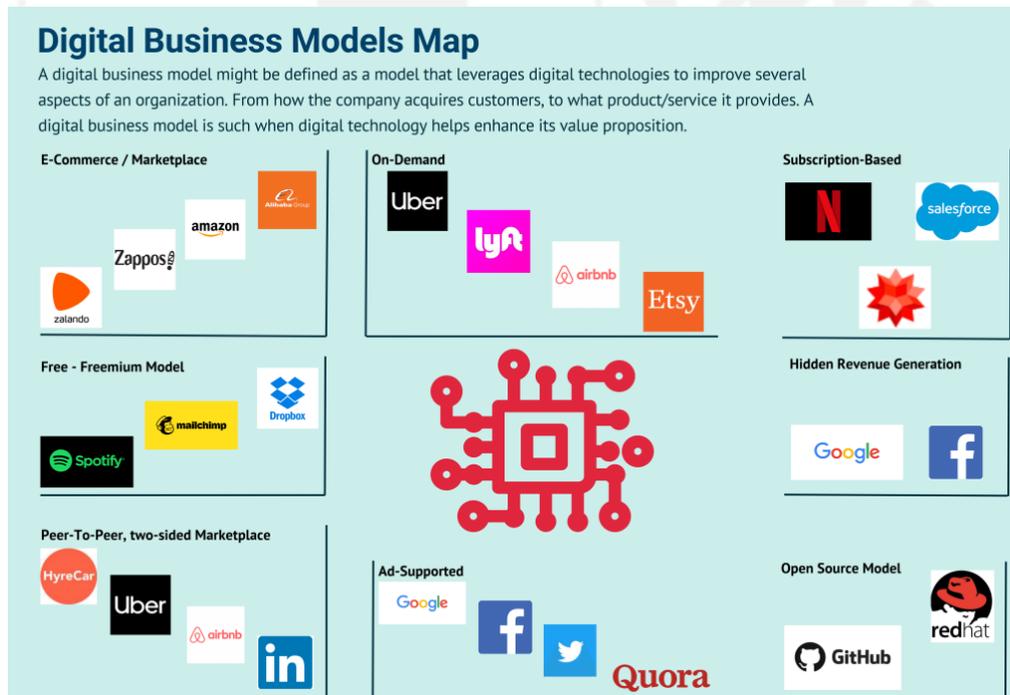
Uso: Importante para la retención de clientes y la personalización de servicios.

- **Stripe.** Una plataforma de procesamiento de pagos en línea.

Uso: Facilita la implementación de estrategias de monetización, especialmente en modelos de suscripción y comercio electrónico.

Figura 3

Clasificación de diferentes tipos de modelos de negocio digitales que utilizan tecnologías



Fuente: <https://fourweekmba.com/es/modelos-de-negocios-digitales/>



La monetización en línea de los negocios digitales

Se refiere al proceso de generar ingresos a través de diversas estrategias implementadas en el entorno digital. En un mundo cada vez más conectado y digitalizado, las empresas tienen la oportunidad de aprovechar una amplia gama de modelos de monetización para rentabilizar sus actividades en línea.

Estas estrategias pueden variar según el tipo de negocio, el mercado objetivo y los objetivos específicos de la empresa.

A continuación, se explica algunas de las estrategias de monetización más comunes en línea:

1. Publicidad en línea.

La publicidad en línea implica mostrar anuncios a los usuarios mientras navegan por sitios web, redes sociales o aplicaciones móviles.

Los ingresos se generan a través de métodos como el pago por clic (PPC), el costo por mil impresiones (CPM) o el pago por acción (PPA).

Ejemplo: Google AdSense, una plataforma de publicidad en línea que permite a los propietarios de sitios web monetizar su tráfico mostrando anuncios relevantes.

2. Modelos de suscripción.

Los modelos de suscripción requieren que los usuarios paguen una tarifa regular a cambio de acceso continuo a un servicio, contenido exclusivo o funcionalidades premium.

Este modelo proporciona ingresos recurrentes y estables a la empresa.

Ejemplo: Netflix, una plataforma de streaming que ofrece contenido bajo un modelo de suscripción mensual.

3. Comercio electrónico.

El comercio electrónico implica la venta de productos o servicios a través de plataformas en línea.

Las empresas pueden vender bienes físicos, productos digitales o servicios en línea.



Ejemplo: Amazon, una plataforma de comercio electrónico que ofrece una amplia variedad de productos para la venta en línea.

4. Contenido freemium.

Este modelo ofrece una versión básica gratuita de un producto o servicio, pero cobra por características premium o funcionalidades avanzadas.

Los usuarios pueden acceder al servicio de forma gratuita y luego optar por actualizarse a una versión de pago para obtener más beneficios.

Ejemplo: Spotify, un servicio de transmisión de música que ofrece una versión gratuita con anuncios y una versión premium sin anuncios y con características adicionales.

5. Marketing de afiliación.

El marketing de afiliación implica promocionar productos o servicios de terceros y recibir una comisión por cada venta realizada a través de los enlaces de afiliados.

Los ingresos se generan en función de las ventas o acciones realizadas por los usuarios referidos.

Ejemplo: Programa de afiliados de Amazon, donde los afiliados pueden ganar comisiones al promocionar productos de Amazon y dirigir tráfico a la plataforma.

Estas son solo algunas de las estrategias de monetización en línea que las empresas pueden utilizar para generar ingresos en el entorno digital. Es importante que las empresas elijan la estrategia de monetización adecuada según su modelo de negocio, su audiencia objetivo y sus objetivos comerciales a largo plazo.

Además, la combinación de múltiples estrategias de monetización puede proporcionar una mayor diversificación de ingresos y una mayor estabilidad financiera para el negocio digital.

Monetización en Línea Potenciada por la Inteligencia Artificial.

En la era digital actual, la monetización en línea se ha convertido en un componente fundamental para la rentabilidad y el crecimiento sostenible de los negocios digitales. La proliferación de la tecnología y la adopción generalizada de Internet han creado un entorno propicio para la implementación de diversas estrategias de monetización (Bernal, 2021)

En este contexto, la Inteligencia Artificial (IA) emerge como una herramienta poderosa que impulsa la eficacia y la eficiencia de las estrategias de monetización en línea.

La IA, definida como la capacidad de las máquinas para simular procesos cognitivos humanos, ofrece un conjunto diverso de aplicaciones que pueden potenciar la monetización en línea de diversas maneras. Una de las áreas clave en las que la IA tiene un impacto significativo en la monetización en línea es la publicidad digital.

Al mismo tiempo permite una segmentación más precisa de audiencias, la optimización de campañas publicitarias y la personalización de mensajes, lo que conduce a una mayor efectividad y retorno de la inversión para los anunciantes. Además, los algoritmos de aprendizaje automático pueden analizar grandes conjuntos de datos para identificar patrones de comportamiento del usuario y predecir tendencias futuras, lo que permite una orientación más efectiva y una optimización en tiempo real de las estrategias de publicidad en línea.

Otro aspecto importante donde la IA juega un papel crucial en la monetización en línea es en el comercio electrónico. Los sistemas de recomendación basados en IA pueden analizar el historial de compras y el comportamiento de navegación de los usuarios para ofrecer recomendaciones de productos personalizadas, aumentando así las tasas de conversión y las ventas. Además, los chatbots impulsados por IA pueden mejorar la experiencia del cliente al proporcionar asistencia inmediata y personalizada durante todo el proceso de compra, lo que aumenta la satisfacción del cliente y fomenta la fidelidad a la marca.

Sin embargo, a pesar de los beneficios indudables que la IA aporta a la monetización en línea, también plantea desafíos y preocupaciones éticas.



Por ejemplo, la recopilación masiva de datos por parte de algoritmos de IA plantea preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de la información del usuario. Además, la falta de transparencia en los algoritmos de IA utilizados en la toma de decisiones publicitarias puede dar lugar a sesgos y discriminación injusta.

Por lo tanto, es crucial que las empresas implementen prácticas éticas y transparentes en el uso de la IA para la monetización en línea, garantizando la protección de la privacidad del usuario y la equidad en la entrega de contenido y publicidad.

Maximizando los Ingresos y la Rentabilidad Empresarial

En el ámbito empresarial y comercial, la monetización en línea se ha convertido en un componente esencial para el éxito y la rentabilidad sostenible de las empresas digitales. En este contexto, la integración de la Inteligencia Artificial (IA) en las estrategias de monetización en línea presenta oportunidades significativas para maximizar los ingresos y la eficacia comercial.

La IA, con su capacidad para analizar datos a gran escala, identificar patrones y automatizar procesos, ofrece una serie de beneficios clave para las empresas en términos de monetización en línea. Uno de los principales impactos de la IA en este contexto es su capacidad para mejorar la eficacia de la publicidad en línea.

Los algoritmos de IA pueden analizar el comportamiento del usuario, las preferencias y las interacciones pasadas para segmentar audiencias de manera más precisa y ofrecer anuncios altamente relevantes. Esto no solo aumenta la efectividad de las campañas publicitarias, sino que también maximiza el retorno de la inversión publicitaria al dirigirse a usuarios con mayor probabilidad de conversión.

Además, la IA impulsa la monetización en línea a través del comercio electrónico al proporcionar recomendaciones de productos altamente personalizadas. Los sistemas de recomendación basados en IA analizan el historial de compras, los patrones de navegación y otros datos del usuario para ofrecer sugerencias de productos que se alinean con sus intereses y preferencias

individuales. Esto no solo aumenta las tasas de conversión y las ventas, sino que también mejora la experiencia del cliente al ofrecer una navegación más fluida y personalizada en el sitio web o la plataforma de comercio electrónico.

Sin embargo, a pesar de los beneficios que ofrece, la integración de la IA en la monetización en línea también plantea desafíos comerciales y comerciales. Uno de los desafíos principales es el costo asociado con la implementación y el mantenimiento de soluciones de IA sofisticadas.

Las empresas deben invertir en infraestructura tecnológica, capacitación de personal y desarrollo de algoritmos para aprovechar plenamente el potencial de la IA en la monetización en línea. Además, la competencia en el espacio digital es feroz, y las empresas deben diferenciarse no solo en términos de productos y servicios, sino también en términos de experiencia del usuario y personalización ofrecida a través de la IA.

A pesar de estos desafíos, la IA también presenta oportunidades significativas para las empresas que buscan maximizar sus ingresos y rentabilidad en línea. Además de mejorar la eficacia de la publicidad y el comercio electrónico, la IA también puede utilizarse para optimizar procesos internos, mejorar la atención al cliente y desarrollar nuevos modelos de negocio basados en datos y análisis predictivos.

En última instancia, las empresas que adoptan proactivamente la IA en su estrategia de monetización en línea estarán mejor posicionadas para competir en el mercado digital actual y aprovechar las oportunidades emergentes en el futuro.

CASO DE ÉXITO: NETFLIX

La plataforma de streaming de video líder a nivel mundial ha logrado no solo revolucionar la forma en que consumimos contenido audiovisual, sino también establecer un modelo de negocio altamente rentable y sostenible en el proceso.

Netflix utiliza la inteligencia artificial de varias maneras para optimizar su estrategia de monetización en línea. Uno de los aspectos más destacados es su sistema de recomendación,



que utiliza algoritmos avanzados de aprendizaje automático para analizar los hábitos de visualización y las preferencias de los usuarios.

Estos algoritmos pueden predecir con precisión qué contenido es más probable que disfrute un usuario en función de su historial de visualización, calificaciones, búsquedas y otros datos recopilados. Como resultado, Netflix puede ofrecer recomendaciones personalizadas de películas y programas de televisión a cada usuario, lo que aumenta la retención de los suscriptores y fomenta la exploración de contenido adicional.

Además, utiliza la IA para optimizar sus estrategias de marketing y promoción. Los algoritmos de IA analizan los datos de los usuarios para identificar segmentos de audiencia específicos y personalizar las campañas publicitarias y las comunicaciones de marketing en consecuencia. Esto permite a Netflix llegar a los espectadores adecuados con el mensaje adecuado en el momento adecuado, lo que aumenta la efectividad de sus esfuerzos de adquisición y retención de clientes.

Otro aspecto clave del éxito, es su enfoque en la producción de contenido original. La plataforma utiliza datos y análisis impulsados por la IA para identificar tendencias de contenido y géneros populares, así como para evaluar el potencial de éxito de diferentes proyectos. Esta capacidad de tomar decisiones informadas basadas en datos ha llevado a la producción de una amplia gama de contenido original aclamado por la crítica y popular entre los espectadores, lo que ha contribuido significativamente a la diferenciación de Netflix en el mercado y al aumento de su base de suscriptores.

Al aprovechar la IA para ofrecer recomendaciones personalizadas, optimizar las estrategias de marketing y producción de contenido original, Netflix ha logrado construir una plataforma altamente rentable y sostenible que continúa liderando la industria del streaming de video a nivel mundial.





Exploración de Tendencias Tecnológicas Emergentes y su Impacto en los Negocios

En la era digital actual, la rápida evolución de las tecnologías emergentes está transformando radicalmente la forma en que las empresas operan, interactúan con los clientes y crean valor. Tres tendencias tecnológicas clave que han ganado prominencia son la Inteligencia Artificial (IA), la tecnología de Blockchain y el Internet de las Cosas (IoT). Se analizará cada una de estas tendencias, su impacto en los negocios y proporcionaremos ejemplos concretos de empresas que han adoptado con éxito estas tecnologías. Se destacará las herramientas específicas que los emprendedores pueden utilizar para capitalizar estas tendencias.

1. Inteligencia Artificial (IA).

La Inteligencia Artificial se refiere a la capacidad de las máquinas para realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana. Esto incluye aprendizaje automático, procesamiento de lenguaje natural, visión por computadora y toma de decisiones autónoma.

Impacto en los Negocios.

- **Automatización de Procesos.** La IA permite la automatización de tareas repetitivas y procesos complejos, aumentando la eficiencia operativa.
- **Personalización.** Analiza grandes conjuntos de datos para proporcionar experiencias personalizadas a los clientes.
- **Toma de Decisiones Informada.** Proporciona análisis predictivos y recomendaciones basadas en datos.

Ejemplos.

Chatbots de Servicio al Cliente. Empresas como Amazon y Google utilizan chatbots impulsados por IA para ofrecer asistencia inmediata y resolver consultas de clientes.





Reconocimiento Facial. Aplicado en la seguridad, como en los sistemas de autenticación de Apple Face ID.

Herramientas para Emprendedores.

- TensorFlow: Una biblioteca de código abierto para aprendizaje automático.
- IBM Watson: Ofrece servicios de IA y aprendizaje automático para empresas.
- Chatbot Platforms: Plataformas como Dialogflow o Microsoft Bot Framework para construir chatbots.

2. Blockchain.

Blockchain es una tecnología descentralizada que permite la creación de registros inmutables y transparentes de transacciones. Cada bloque de datos está vinculado criptográficamente al anterior, formando una cadena.

Impacto en los Negocios.

- **Seguridad y Transparencia.** La inmutabilidad de los registros y la descentralización mejoran la seguridad y la transparencia.
- **Reducción de Intermediarios.** Permite transacciones directas entre partes, eliminando la necesidad de intermediarios.
- **Contratos Inteligentes.** Automatización de acuerdos y contratos mediante código.

Ejemplos.

Bitcoin. La primera implementación de blockchain, utilizada como una moneda digital.

Ethereum. Permite la creación de contratos inteligentes y aplicaciones descentralizadas (dApps).





Herramientas para Emprendedores.

Hyperledger. Proyecto de código abierto para el desarrollo de aplicaciones blockchain.

Truffle. Marco de desarrollo para Ethereum y otras cadenas de bloques.

Corda. Plataforma de código abierto para desarrollar aplicaciones financieras basadas en blockchain.

3. Internet de las Cosas (IoT).

El Internet de las Cosas implica la conexión de dispositivos físicos a través de internet, permitiendo la recopilación y el intercambio de datos.

Impacto en los Negocios.

- **Optimización de Operaciones.** Monitoreo en tiempo real para mejorar la eficiencia operativa.
- **Nuevos Modelos de Negocio.** Creación de servicios basados en datos y conectividad.
- **Mejora de Experiencias del Cliente.** Proporciona productos y servicios más personalizados.

Ejemplos.

Smart Home Devices. Termostatos, luces y electrodomésticos conectados para el control remoto.

Wearables. Dispositivos como relojes inteligentes y monitores de actividad física.

Herramientas para Emprendedores.

Arduino. Plataforma de hardware de código abierto para prototipos de IoT.

ThingSpeak. Plataforma de IoT para la recopilación y análisis de datos.



AWS IoT Core. Servicio de Amazon para la conectividad y administración de dispositivos IoT.

La exploración de estas tendencias tecnológicas emergentes ofrece a los emprendedores oportunidades emocionantes para innovar y transformar sus negocios. La adopción estratégica de Inteligencia Artificial, Blockchain y el Internet de las Cosas puede mejorar la eficiencia, generar nuevos modelos de negocio y proporcionar experiencias mejoradas para clientes. La selección de herramientas adecuadas es crucial para maximizar el impacto de estas tendencias y asegurar un éxito sostenible en un mundo empresarial cada vez más digitalizado.

Figura 4

Ilustra cómo diferentes componentes interconectados sostienen y facilitan el uso de criptomonedas y blockchain



Fuente: <https://certika.co/que-es-la-tecnologia-blockchain>

Autoevaluación 1

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor el objetivo del desarrollo de modelos de negocios digitales?

- a) Maximizar la publicidad tradicional.
- b) Adaptarse a la transformación digital y aprovechar las oportunidades en línea.



- c) Limitar la interacción con los clientes.
- d) Minimizar el uso de tecnologías emergentes.
- e) Ignorar el comportamiento del consumidor en línea.

¿Cuál de las siguientes estrategias es una forma común de monetización en línea?

- a) Venta exclusiva en tiendas físicas.
- b) Publicidad en televisión.
- c) Modelo de suscripción en línea.
- d) Promoción boca a boca.
- e) Distribución exclusiva a través de correo postal.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la monetización en línea?

- a) Exclusiva para grandes corporaciones.
- b) Limitada a un solo modelo de ingresos.
- c) Generación de ingresos a través de plataformas digitales.
- d) Ignora las preferencias del cliente.
- e) No requiere una estrategia específica.

¿Qué papel desempeña la inteligencia artificial (IA) en el emprendimiento?

- a) Reducir la eficiencia operativa.
- b) Aumentar la complejidad en la toma de decisiones.
- c) Ofrecer experiencias personalizadas a los clientes.
- d) Limitar la innovación.
- e) Ignorar los datos del cliente.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor una aplicación práctica de la IA para emprendedores?





- a) Análisis manual de datos.
- b) Experiencias genéricas para los clientes.
- c) Uso de chatbots para atención al cliente.
- d) Limitada a grandes empresas.
- e) Estrategias de marketing tradicionales.

¿Cuál de las siguientes estrategias NO es una forma común de monetización en línea?

- a) Venta de productos físicos en tiendas físicas.
- b) Publicidad en línea.
- c) Suscripciones en línea.
- d) Donaciones voluntarias.
- e) Marketing por correo postal.

¿Cuál de las siguientes opciones NO es un objetivo del desarrollo de modelos de negocios digitales?

- a) Maximizar la publicidad tradicional.
- b) Adaptarse a la transformación digital.
- c) Aprovechar las oportunidades en línea.
- d) Ignorar las preferencias del cliente.
- e) Construir relaciones sólidas con los clientes en línea.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor una característica clave de la monetización en línea?

- a) Exclusiva para grandes empresas.
- b) Limitada a un solo modelo de ingresos.
- c) Generación de ingresos a través de plataformas digitales.
- d) Reducción de la transparencia en la gestión financiera.





e) Ignorar las tendencias del mercado en línea.

¿Cuál de las siguientes opciones NO es una aplicación práctica de la IA para emprendedores?

- a) Análisis de datos para la optimización de estrategias de marketing.
- b) Uso de chatbots para atención al cliente.
- c) Experiencias personalizadas para los clientes.
- d) Limitación de la interacción con los clientes.
- e) Automatización de procesos comerciales.

¿Qué papel desempeñan los modelos de negocio digitales en la actualidad?

- a) Limitar la innovación tecnológica.
- b) Ignorar las preferencias del consumidor en línea.
- c) Adaptarse a la transformación digital y aprovechar las oportunidades en línea.
- d) Reducir la eficiencia operativa.
- e) Exclusiva para grandes corporaciones.

Resumen de la Unidad 1

La presente unidad nos ha sumergido en el fascinante mundo del desarrollo de modelos de negocios digitales, la monetización en línea y el impacto cada vez más relevante de la inteligencia artificial (IA) en el panorama emprendedor.

Comenzando con el tema del Desarrollo de Modelos de Negocios Digitales, hemos explorado la dinámica transformadora que implica la transición de los negocios tradicionales al ámbito digital.

En este sentido, hemos comprendido la importancia crucial de adaptarse a un entorno caracterizado por la constante innovación tecnológica y la evolución de las preferencias y comportamientos de los consumidores. Desde la identificación de nichos de mercado hasta la



creación de propuestas de valor únicas y escalables, hemos analizado las estrategias esenciales para el éxito en el ámbito digital.

En cuanto al tema de la Monetización en Línea, hemos profundizado en las diversas estrategias y modelos de ingresos que las empresas pueden emplear para generar rentabilidad en el espacio digital. Desde la publicidad en línea hasta la venta de productos y servicios digitales, hemos explorado las múltiples oportunidades disponibles para las empresas en el mundo virtual. Además, hemos destacado la importancia de comprender las preferencias y necesidades de la audiencia, así como de diversificar las fuentes de ingresos para garantizar la estabilidad financiera y la sostenibilidad a largo plazo.

Por último, hemos abordado el fascinante tema de la inteligencia artificial (IA) y su impacto en el emprendimiento. Hemos examinado cómo la IA puede ser una herramienta poderosa para optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y ofrecer experiencias personalizadas a los clientes. Desde la implementación de chatbots para atención al cliente hasta el análisis de datos para la optimización de estrategias de marketing, hemos explorado cómo los emprendedores pueden aprovechar las capacidades de la IA para impulsar la eficiencia y la innovación en sus negocios.

Esta unidad nos ha proporcionado una visión integral y enriquecedora sobre el desarrollo de modelos de negocios digitales, la monetización en línea y el potencial transformador de la inteligencia artificial para los emprendedores. Al adoptar un enfoque innovador y tecnológico, los emprendedores pueden capitalizar las oportunidades que ofrece el mundo digital y construir negocios exitosos y sostenibles en la era digital.





Temas y Subtemas

INTRODUCCIÓN AL MODELO CANVAS SOSTENIBLE

PROPUESTA DE VALOR - CANALES DE DISTRIBUCIÓN ONLINE

FUENTES DE INGRESOS SOSTENIBLES

Introducción al Modelo Canvas Sostenible

El modelo Canvas Sostenible es una herramienta estratégica que permite a las empresas diseñar y gestionar sus negocios de manera sostenible, teniendo en cuenta no solo los aspectos económicos, sino también los sociales y medioambientales.

Inspirado en el Business Model Canvas tradicional, este enfoque ampliado incorpora elementos de responsabilidad social corporativa (RSC) y prácticas empresariales éticas para crear valor de manera equitativa y sostenible a largo plazo.



Características Generales.

- **Visión Integral.** El modelo Canvas Sostenible aborda los pilares económicos, sociales y medioambientales del negocio, reconociendo que la sostenibilidad es un enfoque holístico que abarca múltiples dimensiones.
- **Enfoque en el Triple Resultado.** Se centra en lograr un equilibrio entre el éxito financiero, el impacto social positivo y la preservación del medio ambiente, conocido como el triple resultado o triple bottom line.
- **Flexibilidad y Adaptabilidad.** Al igual que el Business Model Canvas tradicional, el Canvas Sostenible es una herramienta flexible que puede adaptarse a diferentes tipos de negocios y sectores, fomentando la creatividad y la innovación en la búsqueda de soluciones sostenibles.
- **Orientación hacia el Futuro.** Incorpora una perspectiva a largo plazo que considera las implicaciones de las decisiones empresariales en las generaciones futuras y el medio ambiente, promoviendo la resiliencia y la continuidad del negocio en un mundo cambiante.

Ejemplo Aplicado a Negocios Digitales.

Una plataforma de comercio electrónico que se especializa en la venta de productos ecológicos y sostenibles.

Estructura.

Segmento de Clientes. Consumidores conscientes del medio ambiente y comprometidos con un estilo de vida sostenible.

Propuesta de Valor. Ofrecer una amplia selección de productos ecológicos y sostenibles que satisfagan las necesidades de los clientes preocupados por el medio ambiente (Martínez, 2022)



Canales de Distribución. Plataforma de comercio electrónico accesible a través de dispositivos móviles y computadoras, con un enfoque en la experiencia de usuario y la transparencia en la cadena de suministro.

Relaciones con los Clientes. Fomentar una comunidad comprometida a través de contenido educativo sobre prácticas sostenibles y participación en actividades de conservación ambiental.

Fuentes de Ingresos. Ventas de productos ecológicos, suscripciones premium para acceso exclusivo a contenido y descuentos, colaboraciones con marcas afines y programas de afiliados.

Recursos Clave. Plataforma tecnológica robusta y segura, alianzas estratégicas con proveedores de productos sostenibles, equipo de atención al cliente capacitado en prácticas de sostenibilidad

Actividades Clave. Gestión de inventario, desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, marketing y promoción de productos ecológicos.

Alianzas Clave. Colaboración con organizaciones ambientales y proveedores de productos sostenibles, asociaciones con influencers y líderes de opinión en temas de sostenibilidad.

Estructura de Costos. Costos de adquisición de productos, gastos de marketing digital, desarrollo y mantenimiento de la plataforma, inversiones en iniciativas de responsabilidad social corporativa.

El Modelo Canvas Sostenible proporciona un marco estructurado para diseñar estrategias empresariales que equilibren la rentabilidad con el impacto social y ambiental positivo.

Al adoptar un enfoque integral y orientado hacia el futuro, las empresas pueden crear valor de manera sostenible y contribuir al bienestar de la sociedad y el planet.

Figura 5:
Enfoque en viabilidad económica de un negocio, impactos sociales y ambientales.

| Canvas sostenible | | Modelo de negocio: | Propósito/misión: <i>¿A quién beneficiamos? ¿Por qué trabajamos? ¿Cómo lo hacemos?</i> | Autor/es: | Fecha: | Versión: |
|--|---|--|--|--|---|--|
| 11. Costes socioambientales  <p>Los impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente.</p> <p><i>¿Causamos algún daño a la sociedad? (e.g. salud, educación, empleo, igualdad, patrimonio cultural) ¿Deterioramos el medio ambiente de alguna manera? (e.g. residuos, vertidos, emisiones, ruido, deforestación, pérdida de biodiversidad)</i></p> | | 12. Beneficios socioambientales  <p>Los impactos positivos en la sociedad y el medio ambiente.</p> <p><i>¿Contribuimos al desarrollo de la sociedad? (e.g. salud, educación, empleo, igualdad, patrimonio cultural) ¿Regeneramos el medio ambiente de alguna forma? (e.g. suelo, agua, aire, reforestación, recuperación de biodiversidad)</i></p> | | | | |
| 9. Materias primas y energía  <p>Las materias primas y la energía necesarias para llevar a cabo el modelo de negocio.</p> <p><i>¿Qué materias primas utilizamos? ¿Son materias vírgenes? ¿Son renovables? ¿Qué fuentes de energía usamos? ¿Para qué?</i></p> | 8. Asociaciones clave  <p>Red de proveedores y socios necesarios para el éxito del modelo de negocio.</p> <p><i>¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos y actividades aportan?</i></p> | 7. Actividades clave  <p>Las acciones más importantes para que el modelo de negocio funcione.</p> <p><i>¿Qué actividades clave requieren nuestros propósitos de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?</i></p> | 1. Propuestas de valor  <p>Productos y servicios que solucionan problemas o satisfacen necesidades de los segmentos de mercado.</p> <p><i>¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar? ¿Qué necesidades satisfacemos?</i></p> | 3. Relaciones con clientes  <p>El tipo de relación que se establece con cada segmento del mercado.</p> <p><i>¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado? ¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?</i></p> | 0. Segmentos de mercado  <p>Diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige la propuesta.</p> <p><i>¿Para quién creamos valor? ¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?</i></p> | 4. Final de uso  <p>Escenarios de final de uso de los productos y servicios (o de vida útil).</p> <p><i>¿Cuál es el destino de los residuos? ¿Los desechos terminan contaminando el medio? ¿Qué parte del valor o utilidad del producto se recupera para la economía? ¿Cómo?</i></p> |
| 10. Estructura de costes  <p>Todos los costes en que se incurre con la puesta en marcha del modelo de negocio.</p> <p><i>¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos y actividades clave más caras?</i></p> | | 6. Recursos clave  <p>Los activos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.</p> <p><i>¿Qué recursos clave requieren nuestros propósitos de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?</i></p> | | 2. Canales  <p>Se refiere a canales de comunicación, distribución y venta al cliente.</p> <p><i>¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado? ¿Cómo establecemos el contacto con los clientes?</i></p> | 5. Fuentes de ingresos  <p>Los ingresos que se generan en los diferentes segmentos del mercado.</p> <p><i>¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente?</i></p> | |
| <p><small>© CC BY-SA 3.0 v1.0 (2019). Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 3.0 No portada (CC BY-SA 3.0). Elaborado por Sostinando.com a partir del Business Model Canvas creado por Strategizer.com (los módulos 4, 9, 11 y 12 han sido añadidos). Los números 0-12 en los módulos representan una sugerencia sobre el orden de cumplimentación que no es obligatorio.</small></p> | | | | | | |



Propuesta de Valor en el Modelo de Negocios

La propuesta de valor y los canales de distribución son dos aspectos fundamentales en el diseño de un modelo de negocios efectivo. En un entorno digital, la propuesta de valor debe ser clara, relevante y diferenciada, mientras que los canales de distribución deben ser eficientes y accesibles para llegar a los clientes de manera efectiva.

Propuesta de Valor.

Se refiere a la promesa única que una empresa hace a sus clientes para satisfacer sus necesidades y deseos de manera significativa y diferenciada. En el ámbito digital, una propuesta de valor efectiva debe destacar las ventajas competitivas de la empresa y resonar con las necesidades específicas de su público objetivo.

Algunos elementos clave a considerar en la creación de una propuesta de valor son.

- **Relevancia:** La propuesta de valor debe abordar las necesidades y deseos específicos del cliente, ofreciendo soluciones que agreguen valor real a sus vidas.
- **Diferenciación:** Debe destacar lo que hace único a la empresa y cómo se diferencia de la competencia en el mercado.
- **Claridad:** Debe ser clara y fácil de entender, comunicando de manera efectiva los beneficios y el valor que ofrece la empresa.
- **Beneficios Tangibles e Intangibles:** Debe incluir tanto beneficios tangibles, como características del producto o servicio, como beneficios intangibles, como la experiencia del cliente y el compromiso de la marca.

Ejemplo Aplicado.

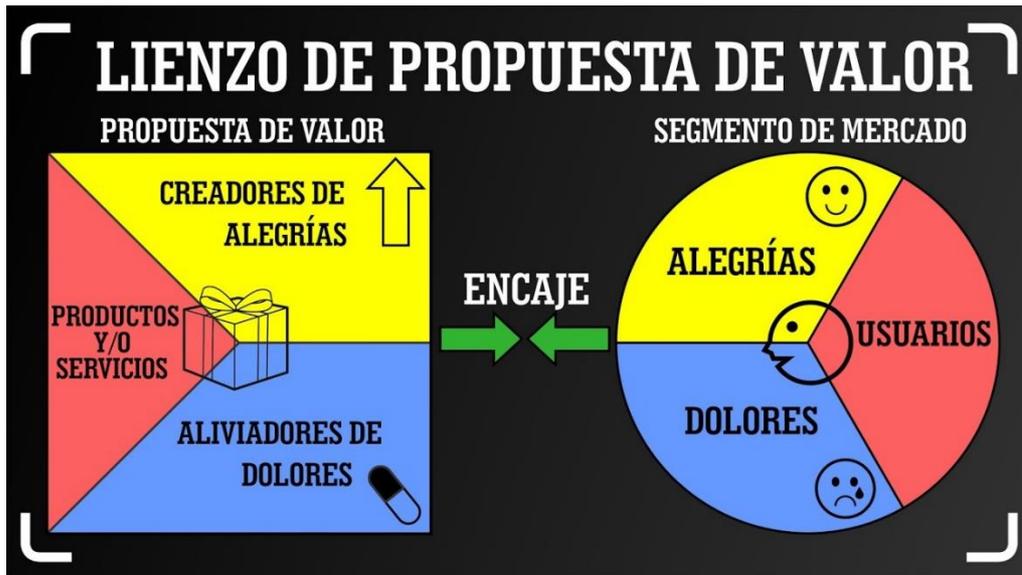
En el caso de una empresa de streaming de música, la propuesta de valor podría ser ofrecer acceso ilimitado a una amplia biblioteca de música en línea, permitiendo a los usuarios descubrir, reproducir y compartir sus canciones favoritas en cualquier momento y lugar. Además de la conveniencia y la accesibilidad, la empresa podría diferenciarse al ofrecer características



adicionales, como listas de reproducción personalizadas, recomendaciones basadas en el historial de escucha del usuario y acceso exclusivo a contenido original y eventos en vivo (Rojas, 2020)

Figura 6

Lienzo de apoyo alineada con las necesidades y deseos de los clientes objetivo.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=kqH-6AfDvus>

Canales de Distribución Online.

Son los medios a través de los cuales una empresa lleva su producto o servicio al mercado y se conecta con sus clientes. En el contexto digital, los canales de distribución online juegan un papel crucial en la entrega eficiente y efectiva de productos y servicios a los consumidores.

Algunos canales de distribución comunes en el entorno online incluyen.

- **Sitio Web y Tienda Online:** La empresa puede vender directamente a los clientes a través de su sitio web o plataforma de comercio electrónico, proporcionando una experiencia de compra conveniente y segura.



- **Marketplaces:** Participar en marketplaces en línea, como Amazon, eBay o Etsy, permite a la empresa llegar a una audiencia más amplia y aprovechar la infraestructura existente de estos sitios para aumentar la visibilidad y las ventas.
- **Redes Sociales:** Las redes sociales pueden utilizarse como canales de distribución para promocionar productos y servicios, interactuar con los clientes y dirigir el tráfico a la tienda online o al sitio web de la empresa.
- **Correo Electrónico y Marketing por SMS:** El correo electrónico y los mensajes de texto pueden utilizarse para comunicarse directamente con los clientes, enviar ofertas promocionales y recordatorios de productos.

Ejemplo Aplicado.

En el caso de una empresa de moda en línea, los canales de distribución pueden incluir su propio sitio web de comercio electrónico, así como la participación en marketplaces populares como Amazon y eBay.

Además, la empresa puede utilizar las redes sociales, como Instagram y Facebook, para promocionar sus productos, interactuar con los clientes y dirigir el tráfico a su tienda online. El correo electrónico también puede ser un canal efectivo para enviar boletines informativos, promociones exclusivas y actualizaciones sobre nuevos productos a la base de clientes existente.

Una propuesta de valor clara y diferenciada, combinada con canales de distribución efectivos y accesibles, puede ayudar a las empresas a alcanzar y satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva, impulsando el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo.



Figura 7
Cadena de suministro tradicional



Fuente: <https://modeloscanva.net/canales-de-distribucion/>

Fuentes de Ingresos Sostenibles en el Modelo de Negocios

Son los mecanismos a través de los cuales una empresa genera ingresos de manera continua y equilibrada, al mismo tiempo que promueve prácticas comerciales responsables y respetuosas con el medio ambiente y la sociedad.

Estas fuentes de ingresos están alineadas con los principios de sostenibilidad, buscando no solo la rentabilidad económica, sino también el impacto social y ambiental positivo a largo plazo.

A continuación, exploraremos las características, la aplicación y un ejemplo práctico de fuentes de ingresos sostenibles.

Características de las Fuentes de Ingresos Sostenibles.

- **Equilibrio entre Rentabilidad y Sostenibilidad.** Las fuentes de ingresos sostenibles buscan generar beneficios económicos sin comprometer los aspectos sociales y medioambientales.
- **Diversificación.** Se basan en una variedad de fuentes de ingresos que pueden incluir ventas de productos, servicios, licencias, suscripciones, entre otros, para reducir el riesgo y aumentar la estabilidad financiera.

- **Transparencia y Responsabilidad.** Se basan en prácticas transparentes y responsables, donde los clientes y otras partes interesadas pueden comprender claramente cómo se generan los ingresos y cómo se utilizan (López, 2020)
- **Contribución Positiva.** Buscan generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través de la generación de ingresos, apoyando iniciativas sociales, ambientales o comunitarias.

Aplicación de Fuentes de Ingresos Sostenibles.

- **Venta de Productos y Servicios Sostenibles.** Ofrecer productos o servicios que promuevan prácticas sostenibles, como productos ecológicos, orgánicos, de comercio justo o con materiales reciclados (Martín, 2021)
- **Modelos de Suscripción o Membresía.** Ofrecer programas de suscripción o membresía donde los clientes pagan una tarifa recurrente a cambio de acceso a contenido exclusivo, servicios adicionales o descuentos especiales.
- **Licencias y Franquicias.** Permitir el uso de la marca, tecnología o propiedad intelectual de la empresa a terceros a cambio de regalías o tarifas de licencia, fomentando la expansión y el crecimiento sin comprometer la sostenibilidad.
- **Donaciones y Crowdfunding.** Obtener ingresos a través de donaciones voluntarias de clientes, socios o la comunidad en general para apoyar causas sociales, proyectos ambientales o iniciativas comunitarias.



Ejemplo Práctico.

Es una empresa de moda que fabrica y vende ropa fabricada con materiales reciclados y procesos de fabricación sostenibles. Además de la venta directa de productos, la empresa implementa las siguientes fuentes de ingresos sostenibles:

- **Programa de Suscripción Sostenible:** Ofrece a los clientes la opción de suscribirse a un programa de membresía mensual donde reciben un descuento en sus compras, acceso exclusivo a nuevas colecciones y eventos especiales.
- **Venta de Licencias de Marca:** Permite a otras empresas utilizar su marca y tecnología sostenible en sus propios productos a cambio de una tarifa de licencia, expandiendo su alcance y generando ingresos adicionales sin aumentar su propia producción.
- **Donaciones a Programas de Reciclaje:** Proporciona la opción a los clientes de realizar donaciones voluntarias al momento de realizar una compra para apoyar programas de reciclaje y conservación ambiental, mostrando su compromiso con la sostenibilidad y generando ingresos adicionales para proyectos ambientales.

Las fuentes de ingresos sostenibles son fundamentales para la viabilidad a largo plazo de un modelo de negocio, ya que no solo generan beneficios económicos, sino que también promueven el bienestar social y ambiental.

Al adoptar una estrategia de ingresos diversificada y alineada con los principios de sostenibilidad, las empresas pueden crear valor de manera equitativa y responsable para todas las partes interesadas.





- c) Diferenciación y relevancia para el cliente.
- d) Opacidad en la descripción de beneficios.
- e) Enfoque exclusivo en la rentabilidad económica.

¿Cuál de las siguientes opciones NO es un canal de distribución online común?

- a) Tienda física.
- b) Sitio web.
- c) Redes sociales.
- d) Marketplaces.
- e) Marketing por correo postal.

¿Qué característica es fundamental en una Fuente de Ingresos Sostenible?

- a) Rentabilidad exclusiva.
- b) Contribución positiva a la sociedad y el medio ambiente.
- c) Opacidad en la generación de ingresos.
- d) Dependencia exclusiva de donaciones voluntarias.
- e) Falta de diversificación en los ingresos.

¿Cuál es uno de los beneficios de diversificar las fuentes de ingresos en un modelo de negocio?

- a) Reducción del impacto social y ambiental.
- b) Aumento del riesgo financiero.
- c) Mayor estabilidad financiera.
- d) Opacidad en la generación de ingresos.
- e) Limitación en la escalabilidad del negocio.

¿Qué papel desempeñan los canales de distribución en un modelo de negocio online?

- a) Limitar la accesibilidad de los productos o servicios.





- b) Reducir la visibilidad de la marca.
- c) Aumentar la complejidad en la entrega de productos.
- d) Facilitar la conexión con los clientes.
- e) Restringir la interacción con la audiencia objetivo.

¿Cuál de las siguientes opciones NO es un ejemplo de una fuente de ingresos sostenible?

- a) Venta de productos sostenibles.
- b) Modelo de suscripción.
- c) Licencias de marca sin consideraciones éticas.
- d) Donaciones voluntarias.
- e) Venta de productos dañinos para el medio ambiente.

¿Qué elemento es esencial para una propuesta de valor efectiva?

- a) Opacidad en la comunicación de beneficios.
- b) Enfoque exclusivo en la rentabilidad económica.
- c) Diferenciación y relevancia para el cliente.
- d) Complejidad y ambigüedad en la comunicación.
- e) Falta de conexión con las necesidades del cliente.

¿Qué ventaja ofrecen los canales de distribución online en comparación con los tradicionales?

- a) Menor alcance de la audiencia.
- b) Mayor complejidad en la gestión.
- c) Mayor costo operativo.
- d) Accesibilidad y conveniencia para los clientes.
- e) Menor interacción con los clientes.

¿Por qué es importante considerar la sostenibilidad en las fuentes de ingresos de un negocio?



- a) Para maximizar únicamente la rentabilidad económica.
- b) Para contribuir al impacto negativo en la sociedad y el medio ambiente.
- c) Para generar ingresos de manera continua y equilibrada.
- d) Para limitar el acceso de los clientes a productos y servicios.
- e) Para reducir la transparencia en la gestión empresarial.

Resumen de la Unidad 2

En esta unidad, hemos explorado en profundidad el Modelo Canvas Sostenible como una herramienta esencial para diseñar y gestionar negocios en la era contemporánea, donde la sostenibilidad se ha convertido en un aspecto crucial tanto para la rentabilidad a largo plazo como para el impacto social y ambiental positivo.

Se inicia con una Introducción al Modelo Canvas Sostenible, donde destacamos su enfoque innovador que va más allá de la tradicional consideración exclusiva de los aspectos financieros de un negocio, abarcando también los aspectos sociales y medioambientales. Esta introducción nos permitió comprender la importancia de adoptar un enfoque holístico al diseñar y gestionar empresas, reconociendo el impacto interconectado que estas tienen en la sociedad y el planeta.

A continuación, nos adentramos en el componente de la Propuesta de Valor, que constituye el corazón mismo de cualquier modelo de negocio sostenible. Exploramos cómo una propuesta de valor clara y diferenciada es fundamental para atraer y retener a los clientes en un mercado cada vez más competitivo. Destacamos la importancia de comprender las necesidades y deseos específicos del cliente y cómo una propuesta de valor bien articulada puede crear una conexión emocional con la audiencia objetivo.

Analizamos cómo esta propuesta de valor debe estar intrínsecamente ligada a la sostenibilidad, ofreciendo productos o servicios que no solo satisfagan las necesidades del cliente, sino que también promuevan prácticas comerciales responsables y respetuosas con el medio ambiente y la sociedad.

Continuamos nuestra exploración con un análisis detallado de los Canales de Distribución Online, reconociendo la importancia crítica de tener canales eficientes y accesibles para llegar a los





clientes en el entorno digital actual. Exploramos una variedad de canales, desde el sitio web y la tienda en línea hasta las redes sociales y los marketplaces, destacando cómo cada uno puede ser aprovechado de manera efectiva para llegar a diferentes segmentos de la audiencia y aumentar la visibilidad y accesibilidad de los productos o servicios ofrecidos.

Además, discutimos cómo la elección de los canales de distribución debe ser coherente con la propuesta de valor y la identidad de la marca, asegurando una experiencia integrada y cohesiva para el cliente en todos los puntos de contacto.

Las Fuentes de Ingresos Sostenibles, identificando cómo estas constituyen la columna vertebral financiera de cualquier modelo de negocio sostenible. Se identificó una variedad de fuentes de ingresos, desde la venta de productos y servicios sostenibles hasta modelos de suscripción y donaciones voluntarias, destacando cómo cada una puede ser utilizada para generar ingresos de manera continua y equilibrada, al mismo tiempo que promueve prácticas comerciales responsables y contribuye al bienestar social y ambiental. A través de ejemplos prácticos, se identificó cómo las empresas pueden integrar diversas fuentes de ingresos sostenibles para crear un flujo de ingresos diversificado y sostenible a largo plazo.





UNIDAD 3 CANVAS SOSTENIBLE DIGITAL Y ÉTICA

Temas y Subtemas

RECURSOS CLAVE SOSTENIBLE DIGITAL

ACTIVIDADES CLAVE EN LA SOSTENIBILIDAD

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS - ÉTICA

Recursos Clave Sostenibles Digitales.

En el modelo Canvas son elementos esenciales que una empresa necesita para operar de manera sostenible en el entorno digital. Estos recursos no solo son fundamentales para crear valor para el cliente, sino que también contribuyen al impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a largo plazo.

A continuación, se detallan los recursos.

- **Infraestructura Tecnológica Sostenible.** Este recurso incluye todos los componentes tecnológicos necesarios para el funcionamiento de la empresa en línea, como servidores, plataformas en la nube, software y herramientas de desarrollo de aplicaciones. La clave aquí es asegurarse de que esta infraestructura esté diseñada para ser eficiente en el consumo de energía y para minimizar su huella de carbono. Esto implica el uso de servidores con eficiencia energética, la implementación de prácticas de gestión de datos





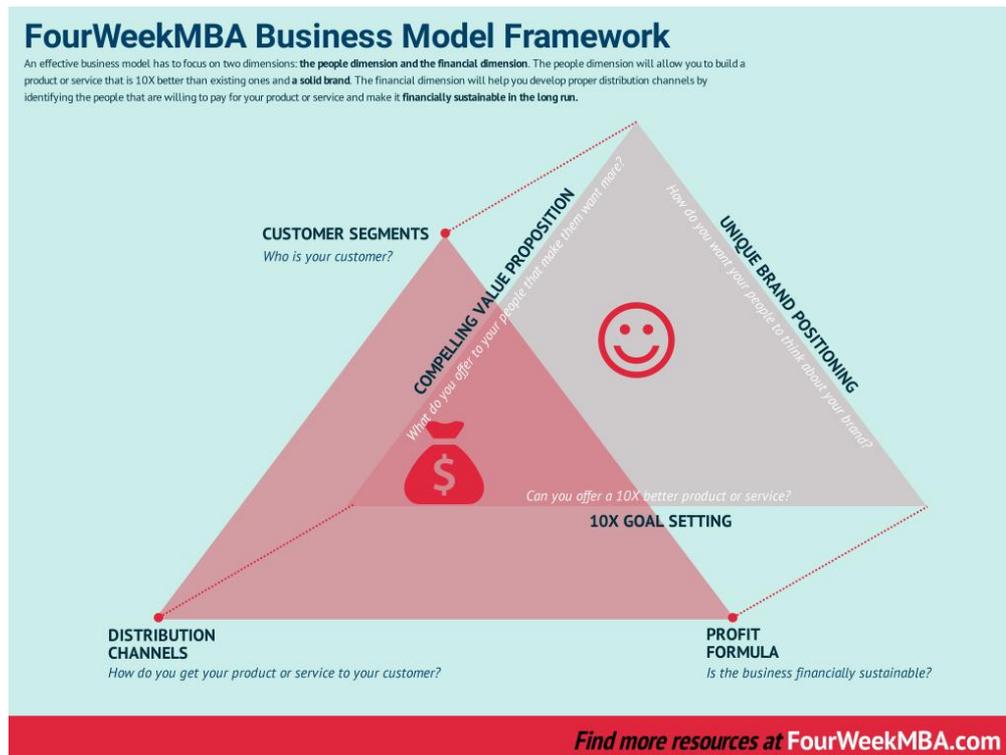
que reduzcan el almacenamiento innecesario y el uso de software optimizado para el rendimiento.

- **Datos y Analíticas Sostenibles:** Este recurso se refiere a la capacidad de la empresa para recopilar, almacenar y analizar datos de manera ética y responsable. Esto implica la implementación de prácticas de privacidad de datos sólidas para proteger la información del cliente y garantizar su seguridad. Además, implica el uso de algoritmos de análisis de datos que minimizan el sesgo y promueven la equidad en la toma de decisiones.
- **Capital Humano Sostenible:** Este recurso se refiere al equipo de trabajo de la empresa, que debe tener las habilidades y el conocimiento necesarios para operar de manera efectiva en el entorno digital y sostenible. Esto incluye la formación en tecnologías emergentes, ética empresarial y prácticas sostenibles. Además, implica la creación de una cultura organizacional que valore la sostenibilidad y fomente la innovación y la colaboración.
- **Alianzas Estratégicas Sostenibles:** Este recurso se refiere a las colaboraciones y asociaciones que la empresa establece con otras organizaciones que comparten sus valores y compromisos con la sostenibilidad. Esto puede implicar acuerdos con proveedores que sigan prácticas éticas de trabajo, uso responsable de recursos y reducción de emisiones de carbono. También puede implicar colaboraciones con organizaciones sin fines de lucro o gubernamentales que trabajen en proyectos relacionados con la sostenibilidad.
- **Propiedad Intelectual Sostenible:** Este recurso se refiere a los activos intelectuales de la empresa, como patentes, marcas registradas y derechos de autor, que están relacionados con soluciones tecnológicas sostenibles, productos o servicios. Proteger y gestionar estos activos de manera efectiva es fundamental para garantizar que la empresa pueda mantener su ventaja competitiva en el mercado y seguir innovando en el ámbito de la sostenibilidad.



Desde la infraestructura tecnológica hasta el capital humano y las alianzas estratégicas, estos recursos son esenciales para crear valor para el cliente y contribuir al impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Figura 9
*Dimensiones clave: la **dimensión humana** y la **dimensión financiera***



Fuente: <https://fourweekmba.com/es/recursos-clave-del-lienzo-del-modelo-de-negocio/>

EJEMPLO APLICADO.

Empresa: Plataforma de Aprendizaje en Línea para la Educación Sostenible

- **Infraestructura Tecnológica Sostenible:** La empresa utiliza servidores con certificación de eficiencia energética y alojamiento en una nube verde para reducir su huella de carbono. Además, el software de la plataforma está diseñado para optimizar el uso de recursos y minimizar el consumo de energía.

- **Datos y Analíticas Sostenibles:** La plataforma implementa políticas estrictas de privacidad de datos para proteger la información de los estudiantes y garantizar su seguridad en línea. Utiliza algoritmos de análisis de datos éticos que minimizan el sesgo y promueven la equidad en la evaluación del rendimiento estudiantil.
- **Capital Humano Sostenible:** El equipo de trabajo de la empresa recibe formación en tecnologías educativas sostenibles, ética empresarial y prácticas de enseñanza inclusivas. Además, se fomenta una cultura organizacional que valora la sostenibilidad y promueve la colaboración y la innovación en la mejora continua de la plataforma.
- **Alianzas Estratégicas Sostenibles:** La empresa establece alianzas con organizaciones educativas y sin fines de lucro que comparten su compromiso con la educación sostenible. Colabora con instituciones educativas para desarrollar contenido curricular centrado en la sostenibilidad y trabaja con ONGs para proporcionar acceso a la plataforma a comunidades desfavorecidas.
- **Propiedad Intelectual Sostenible:** La empresa protege su propiedad intelectual mediante patentes y derechos de autor relacionados con sus innovaciones tecnológicas en educación sostenible. Además, comparte recursos educativos abiertos bajo licencias Creative Commons para promover la colaboración y el acceso abierto al conocimiento.

En este ejemplo, los Recursos Clave Sostenibles Digitales son fundamentales para el funcionamiento exitoso de la plataforma de aprendizaje en línea, garantizando no solo su viabilidad comercial, sino también su contribución positiva a la educación sostenible y el desarrollo social y ambiental.

Actividades Clave en la Sostenibilidad del Modelo de Negocio Canvas

En el mundo empresarial actual, la sostenibilidad se ha convertido en un aspecto fundamental para la viabilidad a largo plazo de las organizaciones. En el contexto del modelo de negocio



Canvas, las Actividades Clave en la Sostenibilidad juegan un papel crucial al determinar cómo una empresa opera de manera eficiente, ética y responsable desde el punto de vista social, ambiental y económico. Una de las actividades clave en la sostenibilidad es la integración de prácticas empresariales que reduzcan el impacto ambiental. Esto puede incluir la adopción de tecnologías verdes, la optimización del uso de recursos naturales y la reducción de emisiones de carbono. Por ejemplo, una empresa puede implementar políticas de energía renovable en sus operaciones, utilizar materiales reciclados en la fabricación de productos o reducir el desperdicio mediante prácticas de producción más eficientes. Otra actividad clave es la promoción de condiciones laborales justas y seguras tanto dentro de la empresa como en toda la cadena de suministro. Esto implica garantizar salarios dignos, horarios razonables y un entorno de trabajo seguro y saludable para todos los empleados y trabajadores. Además, se puede fomentar la igualdad de género, la diversidad y la inclusión en todas las áreas de la organización. La transparencia y la responsabilidad también son aspectos importantes de las actividades clave en la sostenibilidad. Las empresas deben ser transparentes sobre sus prácticas y desempeño ambiental y social, y rendir cuentas ante sus partes interesadas. Esto puede incluir la publicación de informes de sostenibilidad, la participación en iniciativas de divulgación y el compromiso con estándares internacionales de responsabilidad corporativa.

Además, la innovación y la colaboración son esenciales para promover la sostenibilidad en el modelo de negocio Canvas. Las empresas deben estar abiertas a adoptar nuevas tecnologías y modelos de negocio que reduzcan su impacto ambiental y social, al tiempo que creen valor para los clientes y accionistas. Asimismo, la colaboración con otras organizaciones, tanto del sector público como privado, puede ayudar a abordar desafíos complejos de sostenibilidad y encontrar soluciones innovadoras y efectivas.

EJEMPLO DE APLICACIÓN.

Empresa: EcoTech Solutions - Plataforma de Reciclaje Digital

- **Descripción del Negocio:** EcoTech Solutions es una empresa que opera una plataforma en línea para el reciclaje de dispositivos electrónicos y la gestión responsable de residuos tecnológicos. La empresa se enfoca en promover la sostenibilidad ambiental al



mismo tiempo que ofrece una solución conveniente y segura para que los consumidores reciclen sus dispositivos electrónicos de manera responsable.

- **Actividades Clave en la Sostenibilidad:**

Reciclaje Responsable: Una actividad clave de la empresa es la implementación de procesos de reciclaje responsables para dispositivos electrónicos. Esto incluye la separación y el desmontaje adecuado de componentes, la clasificación de materiales y el envío a centros de reciclaje certificados que cumplen con estándares ambientales.

Educación y Concientización: EcoTech Solutions realiza actividades de educación y concientización sobre la importancia del reciclaje electrónico y los riesgos asociados con la disposición incorrecta de dispositivos tecnológicos. Esto puede incluir campañas en redes sociales, webinars educativos y colaboraciones con instituciones educativas y organizaciones ambientales.

Gestión de Residuos Tecnológicos: La empresa se encarga de la gestión adecuada de los residuos tecnológicos, asegurándose de que los dispositivos recolectados se desechen o reciclen de manera responsable y conforme a la normativa ambiental vigente. Se establecen alianzas con empresas de gestión de residuos certificadas para garantizar un proceso seguro y eficiente.

Transparencia y Rendición de Cuentas: EcoTech Solutions es transparente en todas sus operaciones, proporcionando a los usuarios información detallada sobre el destino final de los dispositivos reciclados y los impactos ambientales de sus acciones. La empresa publica informes periódicos de sostenibilidad que muestran su desempeño en términos de reducción de residuos y emisiones.

Innovación Continua: La empresa se compromete con la innovación continua en materia de sostenibilidad, buscando constantemente nuevas tecnologías y prácticas que minimicen su impacto ambiental y mejoren su eficiencia operativa. Por ejemplo, podría explorar opciones como el reciclaje de componentes electrónicos para la reutilización en la fabricación de nuevos dispositivos.

EcoTech Solutions demuestra cómo las Actividades Clave en la Sostenibilidad pueden integrarse en un modelo de negocio utilizando el modelo Canvas. Al enfocarse en el reciclaje responsable, la educación y concientización, la gestión adecuada de residuos, la transparencia y la innovación, la empresa no solo crea valor para sus clientes, sino que también contribuye de manera positiva al medio ambiente y la sociedad.



Herramientas Tecnológicas hasta Ética en el Modelo de Negocio

Canvas

En el contexto empresarial actual, la integración de herramientas tecnológicas y la consideración de aspectos éticos son elementos fundamentales para el desarrollo y la sostenibilidad de un modelo de negocio. Dentro del modelo Canvas, estas áreas desempeñan un papel crucial en la definición y la implementación de estrategias efectivas que conduzcan al éxito empresarial a largo plazo. Uno de los pilares esenciales en la era digital es la utilización adecuada de herramientas tecnológicas. Estas herramientas abarcan una amplia gama de recursos, desde software y plataformas en línea hasta dispositivos y sistemas automatizados. Por ejemplo, las empresas pueden emplear herramientas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para administrar eficientemente las interacciones con los clientes, o utilizar sistemas de gestión de proyectos para coordinar tareas y equipos de trabajo de manera efectiva. Además, las herramientas de análisis de datos juegan un papel crucial al proporcionar información valiosa para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo a las empresas comprender mejor a su audiencia, identificar tendencias del mercado y optimizar sus operaciones. Sin embargo, el uso de herramientas tecnológicas conlleva una serie de consideraciones éticas que no pueden pasarse por alto. La ética en el uso de la tecnología se refiere a la responsabilidad de las empresas en garantizar que sus prácticas y decisiones tecnológicas respeten los valores fundamentales, los derechos humanos y los estándares éticos aceptados. Por ejemplo, las empresas deben asegurarse de proteger la privacidad de los datos de sus clientes y empleados, garantizando que la recopilación, el almacenamiento y el uso de datos se realicen de manera segura y ética. Además, deben considerar los posibles impactos sociales y ambientales de sus actividades tecnológicas, evitando la discriminación, el sesgo algorítmico y otros riesgos asociados con el uso indiscriminado de la tecnología. Por tanto, las herramientas tecnológicas y la ética son componentes interrelacionados e indispensables en el modelo de negocio Canvas. Al integrar herramientas tecnológicas de manera ética y responsable, las empresas pueden mejorar su eficiencia operativa, impulsar la innovación y ofrecer valor a sus clientes. Al mismo tiempo, al priorizar consideraciones éticas en el desarrollo y la implementación de tecnologías, las empresas pueden construir relaciones de confianza con sus partes interesadas y contribuir positivamente al bienestar social y ambiental en el mundo empresarial digitalizado de hoy.

EJEMPLO DE APLICACIÓN.



Sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM).

Un CRM es una herramienta tecnológica diseñada para ayudar a las empresas a gestionar las relaciones con sus clientes de manera eficiente y efectiva. Estas plataformas permiten a las empresas almacenar y organizar información detallada sobre los clientes, incluyendo datos de contacto, historial de compras, interacciones pasadas y preferencias. Además, los CRM suelen ofrecer funcionalidades adicionales como automatización de ventas, seguimiento de oportunidades, gestión de campañas de marketing y análisis de datos.

Aplicación en el Modelo Canvas: En el contexto del modelo Canvas, un CRM puede ser una herramienta invaluable para la actividad clave de "Relaciones con el Cliente". Permite a la empresa gestionar de manera centralizada toda la información relacionada con los clientes, lo que facilita la personalización de las interacciones y la mejora de la experiencia del cliente. Además, un CRM puede ayudar a identificar oportunidades de ventas, gestionar eficazmente el embudo de ventas y medir el rendimiento de las estrategias de marketing y ventas.

Herramientas de Analítica Web:

Las herramientas de analítica web son aplicaciones que permiten a las empresas recopilar, analizar y visualizar datos sobre el tráfico y el comportamiento de los usuarios en sus sitios web. Estas herramientas proporcionan información valiosa sobre la forma en que los visitantes interactúan con el sitio web, incluyendo datos demográficos, fuentes de tráfico, páginas más visitadas, tiempo de permanencia en el sitio, entre otros. Ejemplos populares de herramientas de analítica web incluyen Google Analytics, Adobe Analytics y Hotjar.

Aplicación en el Modelo Canvas: Las herramientas de analítica web son esenciales para la actividad clave de "Segmento de Clientes" y "Canales de Distribución". Permiten a la empresa comprender mejor el comportamiento y las preferencias de sus usuarios en línea, lo que facilita la segmentación de audiencias, la personalización de mensajes y la optimización de la experiencia del usuario en el sitio web. Además, la analítica web proporciona información valiosa sobre la efectividad de los canales de adquisición de clientes y ayuda a identificar oportunidades de mejora en la estrategia de marketing digital. Estas dos herramientas tecnológicas son solo ejemplos de la amplia gama de recursos disponibles para las empresas en la era digital. Al integrar estas herramientas de manera efectiva en el modelo de negocio Canvas, las empresas pueden mejorar su eficiencia





operativa, optimizar sus estrategias de marketing y ventas, y ofrecer una experiencia excepcional a sus clientes

Autoevaluación 3

¿Cuáles son ejemplos de Recursos Clave Sostenible Digital en un modelo de negocio?

- a) Servidores obsoletos.
- b) Software no optimizado.
- c) Alianzas estratégicas sostenibles.
- d) Uso indiscriminado de recursos naturales.
- e) Prácticas laborales injustas.

¿Qué actividades son consideradas Clave en la Sostenibilidad de una empresa?

- a) Aumento de la huella de carbono.
- b) Promoción de la discriminación de género.
- c) Educación y concienciación sobre prácticas sostenibles.
- d) Uso indiscriminado de recursos naturales.
- e) Infracciones de derechos laborales.

¿Cuál de las siguientes no es una herramienta tecnológica comúnmente utilizada en el ámbito empresarial?

- a) CRM.
- b) ERP.
- c) Redes Sociales.
- d) Lavadora.
- e) Herramientas de analítica web.





¿Cuál es una consideración ética importante al utilizar herramientas tecnológicas en una empresa?

- a) Maximizar el uso de recursos naturales.
- b) Garantizar la privacidad y seguridad de los datos.
- c) Discriminar a ciertos grupos de usuarios.
- d) Explotar a los trabajadores en la cadena de suministro.
- e) Ignorar los impactos ambientales de las operaciones.

¿Cuál de las siguientes acciones se considera una actividad clave en la sostenibilidad de una empresa?

- a) Reducir la huella de carbono.
- b) Aumentar la contaminación ambiental.
- c) Ignorar los derechos laborales.
- d) Promover la discriminación de género.
- e) Minimizar el uso de tecnologías verdes.

¿Cuál de las siguientes herramientas tecnológicas se utiliza para gestionar las relaciones con los clientes?

- a) Lavadora.
- b) Herramientas de analítica web.
- c) Software de diseño gráfico.
- d) CRM.
- e) Redes Sociales.

¿Qué elemento es esencial para la sostenibilidad digital de un negocio?

- a) Uso indiscriminado de recursos naturales.
- b) Infracciones de derechos laborales.





- c) Transparencia y rendición de cuentas.
- d) Promoción de la discriminación de género.
- e) Uso eficiente de la tecnología.

¿Cuál de las siguientes acciones promueve la ética en el uso de herramientas tecnológicas?

- a) Explotar a los trabajadores en la cadena de suministro.
- b) Discriminar a ciertos grupos de usuarios.
- c) Garantizar la privacidad y seguridad de los datos.
- d) Aumentar la contaminación ambiental.
- e) Maximizar el uso de recursos naturales.

¿Qué tipo de alianzas estratégicas se consideran sostenibles en un modelo de negocio?

- a) Aquellas que promueven prácticas laborales injustas.
- b) Aquellas que minimizan el uso de tecnologías verdes.
- c) Aquellas que fomentan la discriminación de género.
- d) Aquellas que comparten valores y compromisos con la sostenibilidad.
- e) Aquellas que ignoran los impactos sociales y ambientales.

¿Cuál de las siguientes herramientas tecnológicas se utiliza para analizar el comportamiento de los usuarios en un sitio web?

- a) Lavadora.
- b) Herramientas de analítica web.
- c) Software de procesamiento de textos.
- d) CRM.
- e) Redes Sociales.



Resumen de la Unidad 3

En la gestión de modelos de negocio contemporáneos, las unidades de Recursos Clave Sostenible Digital, Actividades Clave en la Sostenibilidad, y Herramientas Tecnológicas - Ética desempeñan roles cruciales para asegurar operaciones éticas, sostenibles y efectivas en el entorno empresarial digital.

Recursos Clave Sostenible Digital:

En el contexto de la transformación digital, los recursos clave para la sostenibilidad juegan un papel vital. Esto incluye no solo la infraestructura tecnológica eficiente, como servidores y plataformas en la nube con certificación de eficiencia energética, sino también la gestión ética de datos. El capital humano capacitado en sostenibilidad se vuelve esencial, así como la formación de alianzas estratégicas con organizaciones que comparten los mismos valores de sostenibilidad. Además, la protección y promoción de la propiedad intelectual relacionada con soluciones sostenibles son imperativos. Estos recursos son fundamentales para generar valor para los clientes y la sociedad en general, al tiempo que reducen el impacto negativo en el medio ambiente.

Actividades Clave en la Sostenibilidad:

Las actividades clave en la sostenibilidad son las acciones fundamentales que una empresa realiza para incorporar prácticas sostenibles en sus operaciones. Esto incluye la implementación de procesos de reciclaje responsable, la educación y concientización sobre prácticas sostenibles tanto interna como externamente, la gestión adecuada de residuos tecnológicos, la transparencia y rendición de cuentas en todas las operaciones, y la innovación continua en soluciones sostenibles. Estas actividades no solo promueven la responsabilidad corporativa, sino que también aumentan la competitividad y la reputación de la empresa en el mercado.

Herramientas Tecnológicas - Ética:

En la era digital, las herramientas tecnológicas son esenciales para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Sin embargo, su uso debe estar alineado con consideraciones éticas. Las herramientas tecnológicas incluyen sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM), herramientas de analítica web, software de automatización, entre otros. Es fundamental que las empresas utilicen estas herramientas de manera ética y responsable. Esto implica garantizar la privacidad y seguridad de los datos de los clientes, evitar la discriminación y el sesgo algorítmico.



9. BIBLIOGRAFIA

- Aguado, E. &. (2020). *Transformación digital y nuevos modelos de negocio: Una guía práctica para líderes empresariales*. Madrid: Editorial Empresa Activa.
- Amores, M. &. (2020). *Cómo crear negocios digitales exitosos: Estrategias prácticas y casos reales*. Madrid: España: Editorial Díaz de Santos.
- Bernal, J. &. (2021). *Startups digitales: Desde la idea hasta la monetización*. . Bogotá: Colombia: Ecoe Ediciones.
- Castaño, F. (2019). *Creación de empresas digitales: Guía práctica para emprendedores*. Barcelona: España: Editorial UOC.
- Fernández, A. &. (2022). *El modelo de negocio digital: Diseño, validación y escalabilidad*. . Ciudad de México: México: Editorial Trillas.
- García, J. &. (2021). *Creación y gestión de startups digitales*. Quito: Ecuador: Ediciones Universitarias.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2018). *Transformación digital y la nueva economía digital*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- López, M. &. (2020). *Transformación e innovación digital: Fundamentos para el desarrollo de negocios*. Lima: Perú: Editorial UPC.
- Martín, E. (2021). *Canvas digital: Cómo diseñar negocios disruptivos en la era tecnológica*. Buenos Aires: Argentina: Cengage Learning.
- Martínez, P. &. (2022). *Economía digital y emprendimiento: Herramientas para la creación de valor*. Bogotá: Colombia: Ediciones de la U.
- Rojas, F. &. (2020). *Metodologías ágiles y startups digitales*. Santiago, Chile: Editorial Universitaria.
- Rullán, A. (2021). *La digitalización empresarial y los nuevos modelos de negocio. En Tecnología y sociedad: Impacto y tendencias*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Sanz, B. (2019). *Estrategias de negocio digital en la economía globalizada*. Barcelona: Editorial UOC.
- Torres, C. &. (2023). *Nuevos negocios en la era digital: Modelos innovadores y tendencias globales*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.

