

ELG
Auditorías - Consultorías

Lamina de Ajuste



<http://www.eduardoleyton.com>


ELG
Auditorías - Consultorías

Modelos de e-Business

**Modelo de Negocios y Cadena de Valor Clasico
Morfología de Internet - Montaje - Arquitectura -
Seguridad – Tipología de e-Business**

Fuente: Internet, Anticipa.cl, bibliografía y de elaboración propia.

Eduardo Leyton Guerrero
Auditor de Tecnologías de la Información
www.e-cronia.com www.eduardoleyton.com

[Saltar a la primera página](#) 

ELG Auditorías -Consultorías **...algunas reflexiones previas:**


El mundo corre ahora en tiempos de Internet. Andy Grove

...la formación de la Web se puede comparar con un evento de cataclismo en el esquema de la evolución de la tierra. Schwartz

Los consumidores pueden moverse firmemente conduciéndose en la nueva red económica. Martin

En la segunda década de la próxima centuria, será difícil distinguir claramente entre las capacidades humanas y de la Inteligencia Artificial. Kurzweil

La poderosa fuerza gravitatoria del Byt Bang In: Una vez que alguien entra el área de gravitacional de la informática, simplemente ya no tiene salida. Melnick-Barraza

 www.eduardoleyton.com

ELG Auditorías -Consultorías **...algunas reflexiones previas:**

Ciencia es progreso... Tecnología es producto. Paul & Cox

Ciencia es Conocimiento, Conocimiento es Poder, Poder es influencia, Influencia es inventar-dictar las reglas Leyton



ALMA at Chajnantor (Courtesy NAOJ)

ESO FR Photo 14/01 (6 April 2001) © European Southern Observatory

ELG
Auditorías -Consultorías

Enlaces de Documentos PDF

- [Un Mundo de Ideas](#)
- [Evolución de Internet](#)
- [Morfología de Internet](#)
- [Arquitectura Tecnológica de Internet](#)
- [Digitalización de la Sociedad](#)
- [Etapas Evolutivas](#)
- [Incubadora de Negocios Virtuales](#)
- [Modelo o Visión de Donovan sobre Internet](#)
- [Proceso Acumulativo](#)
- [Compleja Red de Valor](#)
- [E-Marketing](#)
- [Nueva Ecología de Negocios](#)
- [Interacción con el Cliente](#)
- [Grandes Fuerzas en juego](#)
- [Glosario de e-Business](#)

Ver Apuntes ZIP

www.eduardoleyton.com

ELG ...recordando la cadena de valor de Michael Porter

Auditorías -Consultorías

¿Que es la cadena de valor de Michael Porter?: Un marco conceptual (1985) para investigar internamente, a nivel de negocio, las fortalezas del mismo. M.Porter clasifica las tareas de negocios en 9 categorías.

Cinco de ellas son las llamadas PRIMARIAS que están relacionadas con el movimiento físico de materias primas y productos terminados, en la producción de bienes y servicios, en el marketing ventas y generación de valor en las subsiguientes unidades de negocios.

Las SECUNDARIAS o actividades de apoyo a las primarias están vinculadas también entre sí. Están compuestas por la infraestructura de la empresa, es decir procesos y sistemas para generar sinergia, mediante las tareas de Adm. de RR.HH., desarrollo de tecnología y adquisiciones.

www.eduardoleyton.com





ELG
Auditorías -Consultorías

Un Modelo de Negocios, mediante la sinergia inherente de sus procesos, debiera ser capaz de generar: los componentes para conformar el Conocimiento Empresarial Integral; la mayor Información Estratégica y Operativa suficiente para Fidelizar a sus Clientes; el Valor Agregado al producto-servicio para que éste sea capaz de crear **Riqueza** a la empresa sustentada por la propia actividad de cada una de sus unidades de negocios con su respectiva Cadena de Valor.

E. Leyton

www.eduardoleyton.com





ELG
Auditorías -Consultorías

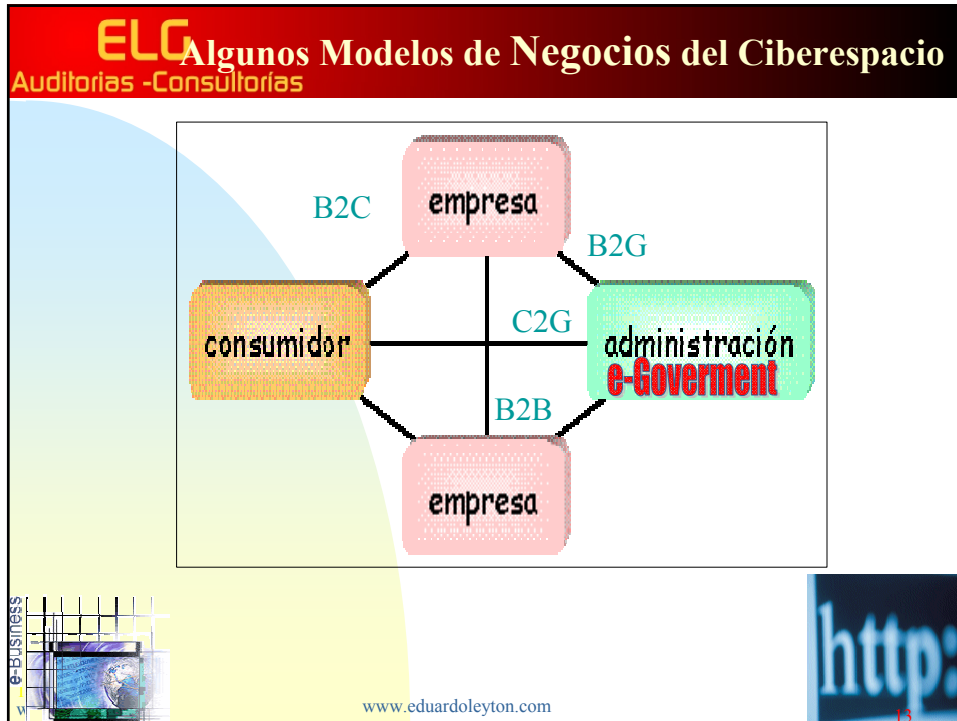
Diversas Visiones de Organizaciones Basadas en el Cyberespacio (Cbe)

- o e-Banking
- o e-Government
- o e-Learning
- o e-Cronía
- o **e-Business**
- o **e-Commerce**
- o e-Task
- o e-Data
- o e-Services
- o e-Marketplace
- o e-Enterprise o e-Organization
- o **e- Viability ¿?**

www.eduardoleyton.com







ELG Algunos Modelos de Negocios del Ciberespacio
Auditorías -Consultorías

e-Business: En términos generales se puede definir como cualquier forma de transacción o intercambio comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación Internet. Todo ello sobre una Plataforma de Negocios (Modelos) y Plataforma Tecnológica (Business Intelligence) altamente integrada e interconectada entre los agentes involucrados.

Este concepto y “realidad” incluye los siguientes componentes relevantes para un óptima y viable operación:

- ▶ Marketing (Publicidad).
- ▶ Conocimiento de productos, proveedores, clientes.
- ▶ Proceso de negociación comprador-vendedor-proveedor.
- ▶ Servicios de atención de postventa (CRM- Fidelización).
- ▶ Trámites relacionados con la transacción comercial.
- ▶ Ambiente colaborativo entre empresas-agentes partners

www.eduardoleyton.com

ELG Modelos de Negocios Basados en el Ciberespacio Auditorías - Consultorías	
Modelos Basados en Publicidad (Publicidad-RTV)	Modelos Basados en la Intermediación
Portal Genérico (Horizontal) Portal Temático (Vertical) Comunidad Virtual Programas de Incentivo Servicios Gratuitos	Mercados Verticales B2C Mercados Verticales B2B Distribuidor Centros Comercial OnLine (Marketplace) Grupos de Compra Subastas Mercados Invertidos Clasificados
Modelos Basados en la Venta	
Vendedor en Línea Programa de Afiliación Vendedor por Catálogo Vendedor on/off Vendedor de Bits Fabricante	

ELG Modelos de Negocios Basados en el Ciberespacio Auditorías - Consultorías	
Modelos Basados en la Explotación de la Información	6 Nuevos Enfoques Basados en Función de los Ingresos
Explotación de la Información	Modelo de Negocios Ventas en Línea Modelo de Negocios por Uso Modelo de Negocios por Tiempo/Uso Modelo de Negocios por Suscripción Modelo de Negocios por Publicidad Modelo Negocios por Auspiciantes
Modelos Basados en las Franquicias	Modelos Sindicación de Contenidos
Modelo Basado en las Franquicias	Sindicación de Contenidos


ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Publicidad
Auditorías -Consultorías

Portal Genérico (Horizontal):

Lugar en el Cbe donde el internauta inicia y termina, habitualmente, su día consultando, chateando, enviando o recibiendo e-mails. Constituye el epicentro del usuario y frecuentemente el portal se convierte en su “página de inicio” al invocar al navegador.

Este modelo de negocios, que incluye, entre otros, múltiples servicios y links a portales del “Holding”: noticias, descargas, productos gratuitos, etc, se basa en la publicidad y patrocinios . Su negocio es el Negocios de Audiencias Global.

Ejemplo: ya.com; yahoo.com; altavista.com; terra.com; wanadoo.com; chile.com



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Publicidad
Auditorías -Consultorías

Portal Temático (Vertical):

Lugar en el Cbe donde el internauta se une a un portal especializado al cual lo une intereses comunes, intelectuales, de distracción, religioso, cultural, etc., y en donde comparte temas de igual naturaleza.

Este modelo de negocios tiene un menor volumen en “hits” que el de portales horizontales, pero el intercambio de conocimientos es mayor. Ello permite una segmentación de mercado en base a una publicidad focalizada y un comercio electrónico de “objeto-cautivo”, con grandes probabilidades de elevados niveles de ingresos. Su negocio es el Negocios de Audiencias Focalizadas.

Ejemplo: servifutbol.com; astronomy.com; marketingdirecto.com; elcine.com



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Publicidad
Auditorías -Consultorías

Comunidad Virtual:

Por Cv se entiende aquellos website que sirven de punto de inicio; de encuentro, de guía en que los usuarios puedan encontrar un conjunto de servicios, y soluciones que les facilite la utilización de recursos disponibles en Internet y un lugar en el que comunicarse, intercambiar información, dudas y conocimiento con otros profesionales o pares afines es el motivo central. El modelo de negocios es mayoritariamente de la publicidad y del patrocinio de algunas de las comunidades en forma dirigida.

Ejemplo: tripod.com; Ictnet.es; Tripod.com; nosotras.com




www.eduardoleyton.com




ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Publicidad
Auditorías -Consultorías

Programas de Incentivo:

Los modelos basados en programas de incentivo compensan económicamente a sus usuarios por realizar determinadas actividades en Internet. Existen distintas modalidades: cupones, tarjetas de créditos, premios, viajes, lectura de e-mails; por opinar; por navegar ; etc.

Este modelo de negocios nació de la mano de cybergold que aunó anunciantes oferentes e internautas demandantes de dichos “productos”, interesados en obtener descuentos en la compra de productos y servicios.

Ejemplo: titulares.com; tuportal.com; step2u.com;




www.eduardoleyton.com



ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Publicidad
 Auditorías -Consultorías

Servicios Gratuitos:

El Cbe esta contenida por un gran número de portales de estas características que ofrecen utilidades de los más diversas a sus usuarios desde un Webmail, un servicio de postales Chats, y cuyo modelo de negocios se basa principalmente en la PUBLICIDAD.

Ejemplo: titulares.com; tuportal.com; softonic.com; downloading.com
recursosgratis.com; todogratias.com; monografias.com

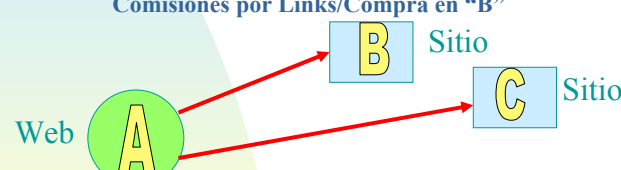


www.eduardoleyton.com


ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
 Auditorías -Consultorías

En Internet intermedian Infomediarios o Metamediarios que ponen en contacto a compradores y vendedores, facilitando así las transacciones entre ellos y potenciando el modelo de negocios. Los infomediarios obtienen sus ingresos por comisiones producto de ventas o “enlaces” o links a otros sitios.

Comisiones por Links/Compra en “B”



Comisión por Compra efectuada en “A” a nombre de “C”
 No hace de Vendedor en SI, pero es FACILITADOR de una transacción




www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Mercados Verticales (B2C):
Los mercados verticales son intermediarios que operan en la red para alinear la oferta del mercado con la demanda del consumidor. Los mercados verticales no están centrados tanto en ser “agregadores de productos”, sino de ser “agregadores centrados en actividades”.
Se les conoce también como **infomediarios-metamediarios** ya que el **principal activo que gestionan es la información**.
Están apareciendo centenares de proyectos en todo el mundo que pretenden metamediar entre oferta-demanda. Los mercados verticales consiguen crear **valor** por la reducción de los costos de búsqueda y de transferencia entre agentes del mercado, por la creación de estándares y por la clara mejora en hacer coincidir oferentes y demandantes.

Ejemplo: etrade.com; expedia.com;



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Mercados Verticales (B2B):
Los mercados verticales business- to-business se diferencian de los horizontales porque el tipo de actores que acercan son **empresas**. Su éxito está más que asegurado. De los 150 grandes mercados verticales actuales, en 1998 generaron ingresos por 290 millones de dólares hasta llegar a la cifra de 20.000 millones de dólares en el 2002, según un estudio realizado por el banco de inversión Volpe Brown Whelan.

Ejemplos: PlasticsNet.com, Neoforma.com, Chemdex.com,
Zapanet.com, MultiStock.com, Legazpi.com, Mercatflor.com o
LaLonja.com.



www.eduardoleyton.com


ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Distribuidor:

El distribuidor es el sistema que orienta la comercialización de productos de múltiples oferentes a través de Internet en forma de **catálogo**. Empieza a ser bastante común en negocios entre empresas, especialmente entre mayoristas y detallistas.

Ejemplos: NECX.com o Herramientas.net

Nota: Existen algunas similitudes o diferencias muy sutiles entre este tipo de modelos con B2B y Marketplaces.




www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Centros Comerciales en Línea (Marketplaces):

Son Webs que hospedan las tiendas de **múltiples oferentes de igual naturaleza (verticales) o disímiles productos (horizontales)**. Por lo general, su modelo de negocio se basa en los **ingresos** obtenidos por las altas (registros o incorporación como vendedor y/o comprador) y las cuotas mensuales de los establecimientos que se hospedan en sus servidores y por las comisiones que generan sus transacciones. Su efectividad está supeditada a las audiencias que tienen (inscritos). Por lo que su combinación con un portal con un volumen de tráfico importante incrementan claramente su efectividad.

Ejemplos: quadrem.com, cotizaciones.cl; ChoiceMall, iMall, Escaparate.com, CaixaShopping.com, Megastorevirtual.com



www.eduardoleyton.com



ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Grupos de Compra:

Los sitios en línea que responden a este concepto pretenden agrupar a compradores interesados en un mismo producto para generar demandas agregadas de alto volumen y poder, de esta manera, obtener mejores precios en la negociación con proveedores.

Comprar en grupo es una antigua filosofía, que las nuevas tecnologías de información ponen al alcance de los consumidores finales: a mayor volumen de operación, mejores precios de compra, siendo repercutidas estas sinergias a los compradores de forma prácticamente íntegra. Este tipo de sitios Web se presentan ofertas de diferentes proveedores y recoge las demandas hasta llegar a una cifra concreta de consumidores interesados, con los que obtienen un descuento determinado.

Ejemplos: cotizaciones.cl, Accompany.com, Mercata.com,
[Consumidoresen línea.com](http://Consumidoresenlinea.com) o [Gruposde compra.com](http://Gruposdecompra.com)



27

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Subastas:

Las subastas en línea permiten la venta de todo tipo de productos a través de especulaciones entre compradores interesados. Por lo general, su modelo de negocio se basa en la comisión sobre el precio de adjudicación que se genera. La comisión que se obtiene oscila según el tipo de subastas que se realicen. Existen sitios cuya comisión en subastas de arte alcanzan al 30% además de espacios publicitarios en Internet. Su potencial es enorme, se estima que el mercado de subastas en línea generó 3.200 millones de dólares en el año 2002 para el mercado B2C y la cifra de 52.600 millones de dólares para el mercado B2B, (1.2 millones en 1998 a los 6.5 millones usuarios en el 2002)

Ejemplos EBay, AuctionNet, Onsale, QXL, Aucland, Ibazar,
Mejerpostor.com, Subasta.com o Subasta2.com.





28

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Mercados Invertidos:

El concepto de mercado invertido encuentra su mayor exponente en priceline.com, quien fue el primero en plantear una nueva manera de comprar en la red. La idea se centra en que es **el potencial comprador el que señala cuánto está dispuesto a pagar** por un determinado producto o servicio (en un principio, un pasaje de avión entre dos ciudades norteamericanas), y la **oferta** disponible se moviliza para responder a esa **demanda** con un precio que se ajusta a su solicitud. Esta vez es el comprador el que impone un precio máximo que esta dispuesto a pagar, y juega con una oferta múltiple que tiene que luchar por responder a su demanda.

Ejemplos Priceline, BizBuyer.com o Tuhipoteca.es
www.EdicionesUrbanas.com





www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Intermediación
Auditorías -Consultorías

Clasificados:

Los clasificados en línea son las Web de anuncios similares a los de los diarios (cuerpo “B”, EL Mercurio). Por lo general, los anuncios no precisan incluir sus precios. Sus **modelos de negocios se basan en las cuotas por la inclusión de los mismos, independientemente de la venta del producto.**

Ejemplos: AdOne.com, classifieds2000.com; losclasificados.com

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio Basados en la Explotación de la Información

Internet es un excelente proveedor de información que, entre otras cualidades, precisa sobre los gustos, comportamientos y hábitos de compra de los usuarios. En el caso que ésta es capturada (registros e inscripciones) eficientemente, puede ser de gran valor para muchas empresas, para los efectos de aplicar un marketing personalizado (**CRM**) que permite ahorrar millones en campañas tradicionales (abiertas).

Algunos “sitios” básicamente ofrecen servicios que sirven para **atrapar** estas informaciones y **venderlas** a estas empresas. Estos “agentes de inteligencia” que se nutren de información para sobrevivir son un síntoma inequívoco de que Hoy; ya se está viviendo en la **“Sociedad de la Información”**.



www.eduardoleyton.com


ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio Basados en la Explotación de la Información

Explotación de la Información:
Aquellas Webs que explotan comercialmente la información que en sus páginas se capturan (“generan”) **entran dentro de este modelo de negocio que lo encabezan empresas que ofrecen acceso gratuito o servicios de WebHosting gratuitos** a cambio de disponer de datos sobre los hábitos de navegación y compra de sus usuarios.

También existen Webs que ofrecen y permiten el intercambio de información entre usuarios sobre la calidad de determinados productos y servicios.

Ejemplos FreePC.com, eMachines, NetZero, Gomez, Deja.com, ePinions.com o Dondecomprar.com.



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías

Esta categoría la representan aquellas empresas que **venden** productos o **servicios** a través de Internet. Estos vendedores pueden haber nacido con la red o pueden complementar las ventas de empresas ya establecidas fuera de la red. Por lo general, sus precios son fijos, a pesar de empezar a ver ya ejemplos de precios dinámicos (sistemas de subastas propias).

Los ingresos provienen de la **venta** “clásica” al consumidor de productos o servicios. Puede que se trate tanto de un fabricante que haya decidido utilizar la red para ahorrarse los intermediarios o un intermediario que opera a través de la red. En cualquier caso, obtiene un precio de venta del producto, que al restarle el costo de producir/comprar el producto le proporcionará un margen bruto.




www.eduardoleyton.com





ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías


Vendedor en Línea:

Empresas que **sólo venden en Internet** representan a este modelo de negocio y son de las que más conocemos y más hemos visto anunciarse en los medios de comunicación. Todavía tienen que demostrar si viviendo sólo dentro de red puede ser rentables. Este modelo de negocios es aún **impredecible** su **continuidad**.

Ejemplos Amazon.com, CDNow.com, Alcoste.com o Bol.com

www.eduardoleyton.com



ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías

Programa de Afiliación:

Los programas de afiliación permiten controlar las ventas procedentes de una **Web de origen** a su **Web de destino** adjudicándole una **comisión** sobre el resultado de la compra que haya realizado el visitante. Son muchas las empresas que complementan sus ingresos publicitarios con las comisiones que generan los programas de afiliación a los que están asociados.

Ejemplos Cdnnow.com, Amazon.com o Franganzia.com.



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías

Vendedor por Catálogo:

Es obvio pensar que las empresas que ya vendían por catálogo antes de la llegada de Internet, deberían hacerlo hoy también por esta vía canalizando una parte importante de sus esfuerzos hacia la red.

No obstante y según estadísticas, pocos han sido los vendedores por catálogo que han conseguido índices elevados de ventas en la red. **Se visualiza su extinción como modelo.**

Ejemplos Landsend.com, Eddiebauer.com; Venca.es.



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías

Vendedor On-Off:

Representan este modelo de negocio empresas consolidadas en la comercialización de productos fuera de la red que han desarrollado una tienda virtual. Conocidas también como empresas **clicks&bricks (Virtual/Ladrillo)**, pueden tener problemas de conflictos de canales y de integración entre tiendas en y fuera de la red.

Ejemplos elcorteingles.es, falabella.com; Almacenesparis.com
Barrabes.com, ViajesIberia.com, ViajesBarcelo.com, Condisline.com





www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías

Vendedor de Bits:

Los vendedores de bits nacen con la red y representan aquellas tiendas en línea que **comercializan** y distribuyen productos y servicios digitales (mp3, informes, estudios, artículos, fotos,...).

Ejemplos monografias.com; manuales.com; resumen.com; [Forrester Research.com](http://ForresterResearch.com), Vitaminic.com o Weblisten.com , www.softonic.com





www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio Basados en la Venta
Auditorías -Consultorías

Fabricante:
Esta modalidad está representada por aquellos **empresas fabricantes** que han decidido comercializar sus productos directamente a los consumidores finales, sin necesidad de pasar por ningún tipo de intermediario que no sea a través de Internet.

Este modelo puede representar un **importante conflicto con el canal tradicional** y son pocos los fabricantes que venden sus productos directamente. Sin duda, puede representar un ahorro importante de costos, de los cuales puede -o no- beneficiar al consumidor.

Ejemplos Intel.com, Dell.com, Hp.com; Inves.es.




www.eduardoleyton.com



ELG Modelos del Ciberespacio
Auditorías -Consultorías Basados en la Sindicación de Contenidos

Sindicación de Contenidos:
La necesidad de conseguir volúmenes de tráfico por parte de los principales portales ha llevado a muchas empresas digitales a comercializar sus contenidos. **Por lo general, esta venta o cesión de contenidos de una empresa determinada, se acompañan con un cobro a las páginas de la Web que las compra.** Las modalidades de pago pueden ser bien diversas: *van* desde un **fee** (cuota u honorario) mensual, un **fee** más un variable según las impresiones (salidas de información impresa, mp3, música, pdf, dvd, avi, etc) que generan, *hasta* la distribución de ingresos de la **publicidad** obtenida.

Ejemplos: allmusic.com, tvcmultimedia.com, cineamagazine.com; diccionario.com




www.eduardoleyton.com



ELG Modelos del Ciberespacio Basados en Franquicias
Auditorías -Consultorías

Basado en Franquicias:

El modelo de franquicias en línea es un sistema novedoso que pocos están sabiendo aprovechar pero muestra como **en modelos de negocios todavía tenemos mucho que aprender**. El franquiciador (el que cede) basa parte de su modelo de negocios en la comercialización del sistema, la marca y/o el know-how que ha generado en su proyecto.

Ejemplos: vilaweb.com; ace-alibi.com



www.eduardoleyton.com

ELG Modelos del Ciberespacio - Otros Enfoques:
Auditorías -Consultorías Clasificación en Función de la Generación de Ingresos

Modelo de Negocios de Ventas en Línea:

De la misma forma en que el comercio se ha organizado a lo largo de la existencia del hombre, el paradigma comercial en Internet gira en torno al mismo concepto básico de la venta de productos o servicios a cambio de dinero en el momento de la transacción. En el Cbe, las tiendas virtuales son las versiones más comunes de este Modelo de Negocio (lo que cambia es el medio). Los compradores interesados consultan las ofertas, seleccionan los artículos de su interés, y perfeccionan la transacción directamente en línea a través del envío encriptado bidireccional de datos de sus tarjetas de crédito, para que el producto sea enviado al comprador por correo u otros medios de Delivery (distribución). Este Modelo de Negocio es el más común en la actualidad, ya que en realidad es sólo una adaptación moderna de la clásica relación Tienda-Comprador y será también la más rentable durante varios años.



www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio - Otros Enfoques:
Clasificación en Función de la Generación de Ingresos

Modelo de Negocios por Uso:
Este Modelo es aplicable a situaciones similares al del anterior Modelo, excepto que a pesar de que los clientes vayan a usar el producto o servicio repetidamente, no necesitan poseerlo en forma permanente, sino que pueden **“arrendar”** su uso. Ejemplos actuales de este Modelo son el arriendo de Autos o Videos en línea. En un futuro no muy lejano, este será el modelo que utilizarán empresas de servicio como las proveedoras de “Blacboester”, arriendo de maquinarias, etc. La Industria del entretenimiento ha esperado ansiosamente, al igual que el arriendo de licencias de software, donde no hará falta comprar las últimas versiones, ya que se podrá disponer de ellas a cambio de una reducida tarifa por uso. **(Modalidad ASP)**



www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio - Otros Enfoques:
Clasificación en Función de la Generación de Ingresos

Modelo de Negocios por Tiempo de Uso: (Variante de Arriendo)
El siguiente Modelo es para Empresas de Servicios que provean información o recreación lo suficientemente extensas para poder ser agotadas en una sola visita. Ideales para consumidores interesados en acceder a recursos ofrecidos en forma prolongada, para explorar las posibilidades que estos servicios ofrecen. Un ejemplo de este modelo son los servidores de juegos en línea. El acceso por tiempo funciona en este caso porque los jugadores. Otro ejemplo lo vemos en el caso de las Bases de Datos especializadas como LEXIS/NEXIS, etc. Es tal el volumen de información disponible en estos casos, que los usuarios además aceptan pagar más por el servicio de información, para evitar prolongadas sesiones de conexión. **resumenes.com**



www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio - Otros Enfoques:
Clasificación en Función de la Generación de Ingresos

Modelo de Negocios por Suscripción:
El Modelo por suscripción tiene su origen de las publicaciones de diarios y revistas. Es aplicable principalmente en casos donde se ofrecen Productos (opuestamente a servicios), y los consumidores están interesados en recibir varias versiones de la mercadería ofrecida, la cual se actualiza regularmente.
Ejemplos de este modelo son las versiones electrónicas de Diarios y Revistas; para acceder a las mismas se cobra una suscripción, lo que permite acceder a la totalidad de sus artículos. Como valor diferencial a las versiones impresas, muchos de los artículos que se encuentran en sus versiones electrónicas no se publican en las versiones de papel.
Ejemplo: latercera.cl




www.eduardoleyton.com





45


ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio - Otros Enfoques:
Clasificación en Función de la Generación de Ingresos

Modelo de Negocios por Publicidad:
Consiste en desarrollar contenidos en Internet lo suficientemente atractivos como para atraer la atención (Counter/Hits) de grandes cantidades de visitantes, y por lo tanto interesar a Compañías en publicitar en ese web. La planificación temática y de contenido que se expone es clave para apuntar y aumentar a una audiencia determinada que deberá ser atractiva, a su vez, para los anunciantes y apropiada para los productos que desean publicitar. La **Publicidad** es un Modelo de Negocio que se aplica casi exclusivamente a contenidos en Internet orientados a Servicios. Ejemplos de Comunidades en Internet, Motores de Búsqueda, servicios de búsqueda de trabajo en línea, etc.
Ejemplo: laborum.com; boomerang.com; google.com, copernic.com

www.eduardoleyton.com




46

ELG
Auditorías -Consultorías

Modelos del Ciberespacio - Otros Enfoques:
Clasificación en Función de la Generación de Ingresos

Modelo de Negocios por Auspiciantes:
Este modelo requiere que usted haya logrado consolidar un público tan atractivo para los auspiciantes como para que ellos estén deseosos de invertir dinero a cambio de que usted los presente a su audiencia como Compañías que apoyan su comienzo. Obviamente, la diferencia entre un anunciante y un Patrocinador a veces no es muy clara, pero tener un patrocinador generalmente sugiere que el interés del mismo es identificarse con su emprendimiento ante su público, en lugar de meramente publicitar sus productos. Más que un tema de ventas, lo que motiva a las grandes empresas a optar por ser Patrocinador es que su **Marca** obtenga la credibilidad y la afinidad con su audiencia. En síntesis, ellos desean que usted comparta la afinidad que su público tiene por su emprendimiento con ellos.



www.eduardoleyton.com

47

ELG
Auditorías -Consultorías

Reflexiones Finales

En el proceso de “conquista de la nueva economía, las empresas y organizaciones exitosas deber ir “adaptandose” al territorio que van descubriendo.

La organización **adaptativa** es una que es capaz de **aprender** y “**capitalizar**” el conocimiento.

Melnick-Barraza



www.eduardoleyton.com

48

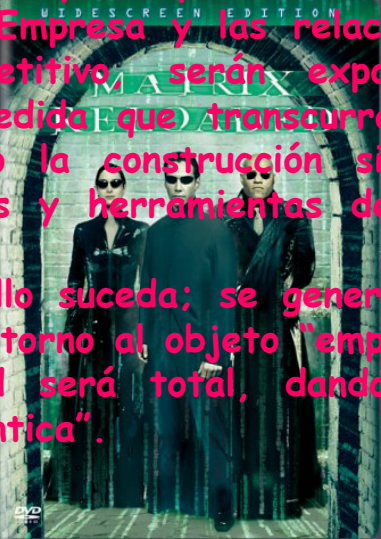
ELG
Auditorías -Consultorías

Reflexiones Finales

Lo unico cierto hoy, es que en el futuro cercano el paradigma Empresa y las relaciones con su entorno competitivo serán exponencialmente inciertos a medida que transcurra el tiempo; implicando ello la construcción simultánea de nuevas visiones y herramientas de gestión de viabilidad.

Mientras aquello suceda; se generará un disco de acreción entorno al objeto "empresa", donde la singularidad será total, dando paso a la "Economía Cuantica".

E. Leyton G.



www.eduardoleyton.com

[http:](http://)

e-BUSINESS

49

ELG
Auditorías -Consultorías

PREGUNTAS

www.eduardoleyton.com



[http:](http://)

e-BUSINESS

50