

SEGUNDO AVANCE DEL PROYECTO

Escalando una empresa digital: innovación, gestión tecnológica y estrategias de mercado

AMPLIA Y COMPLEMENTA LA INFORMACIÓN, TE RECOMIENDO BORRAR LOS EJEMPLOS QUE INCLUÍ.

Materia: Fundamentos de la Administración del Negocio Digital

Unidades: 4, 5 y 6

OBJETIVO DEL PROYECTO

Aplicar los conocimientos de las Unidades 4, 5 y 6 para diseñar estrategias de innovación, gestión tecnológica y mercadotecnia digital que permitan a una empresa digital mejorar su competitividad y crecimiento sostenible

INSTRUCCIÓN GENERAL

Antes de iniciar:

- Retoma la empresa digital creada en la primera entrega.
- Considera su giro, público objetivo, estructura organizacional y cultura.
- Todas tus respuestas deben estar alineadas a esa empresa.

PASO 1: INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL (Unidad 4)

1.1 Tipos de innovación en la empresa

Define al menos dos tipos de innovación que implementará tu empresa y justifica su relevancia dentro del entorno digital donde compite.

Ejemplo

La empresa implementará innovación de producto mediante el desarrollo de una plataforma digital que integre inteligencia artificial para personalizar la experiencia del usuario, recomendando contenidos o servicios según su comportamiento previo.

De igual forma, aplicará innovación de proceso al automatizar la gestión de ventas y atención al cliente a través de un CRM conectado con chatbots, lo que permitirá reducir tiempos de respuesta, minimizar errores humanos y escalar la operación sin incrementar significativamente los costos.

Escribe aquí:

Tipo de innovación 1: _____

Justificación:

Tipo de innovación 2: _____

Justificación:

1.2 Transformación digital en la empresa

Explica cómo se llevará a cabo la transformación digital, considerando herramientas tecnológicas, procesos y estrategia de implementación.

Ejemplo

La transformación digital de la empresa se realizará mediante la adopción de herramientas en la nube que integren las áreas de ventas, marketing y atención al cliente.

Se digitalizarán procesos como la captación de clientes, seguimiento de leads, facturación y análisis de resultados, utilizando plataformas como CRM, automatización de marketing y dashboards de indicadores.

La estrategia de implementación será gradual, iniciando con un diagnóstico digital, capacitación del personal y posterior integración de sistemas, asegurando la adaptación del equipo al cambio tecnológico.

Escribe aquí:

Herramientas tecnológicas a utilizar:

Procesos que se digitalizarán:

Estrategia de implementación:

1.3 Innovación ética y sostenible

Describe acciones específicas para asegurar que la innovación sea ética y sostenible.

Ejemplo

La empresa garantizará el uso ético de la innovación mediante políticas claras de protección de datos personales, cumpliendo con normativas de privacidad y evitando el uso indebido de información del cliente.

En términos de sostenibilidad, se priorizará el uso de infraestructura digital eficiente, reducción de procesos innecesarios y fomento de prácticas laborales responsables en esquemas de trabajo remoto, promoviendo el bienestar del equipo.

Escribe aquí:

Acciones propuestas:

PASO 2: GESTIÓN DEL NEGOCIO DIGITAL (Unidad 5)

2.1 Estrategia de gestión digital

Define la estrategia de gestión que permitirá operar eficientemente en entornos virtuales.

Ejemplo

La empresa adoptará una estrategia de gestión digital basada en objetivos y resultados, utilizando plataformas colaborativas para coordinar equipos remotos.

La operación se organizará mediante metas claras, seguimiento continuo del desempeño y comunicación constante, priorizando la eficiencia operativa y la flexibilidad del equipo.

Escribe aquí:

Estrategia de gestión digital:

2.2 Herramientas tecnológicas para la toma de decisiones

Describe al menos dos herramientas tecnológicas que apoyen la toma de decisiones.

Ejemplo

Se utilizarán dashboards de control para visualizar en tiempo real indicadores clave del negocio, lo que permitirá detectar desviaciones y tomar decisiones oportunas.

Además, se implementará un CRM que concentre la información de clientes, historial de interacciones y comportamiento de compra, facilitando decisiones estratégicas en ventas y marketing.

Escribe aquí:

Herramienta 1: _____

¿Para qué se utiliza?:

Herramienta 2: _____

¿Para qué se utiliza?:

2.3 KPIs clave del negocio digital

Define tres KPIs relevantes y explica brevemente qué mide cada uno.

Ejemplo

Tasa de conversión, que mide la efectividad de las acciones de marketing digital;
Costo de adquisición de clientes (CAC), que permite evaluar la eficiencia de la inversión en promoción;
Retención de clientes, que indica la capacidad del negocio para mantener relaciones a largo plazo.

Escribe aquí:

KPI 1: _____

¿Qué mide?: _____

KPI 2: _____

¿Qué mide?: _____

KPI 3: _____

¿Qué mide?: _____

2.4 Gestión del tiempo y productividad en equipos remotos

Explica cómo se promoverá la productividad cuidando el bienestar del equipo.

Ejemplo

La empresa fomentará la productividad mediante esquemas de trabajo flexible, definición clara de responsabilidades y evaluación por resultados.

Se utilizarán herramientas de gestión de tareas para organizar actividades, evitar la sobrecarga laboral y promover el equilibrio entre vida personal y trabajo.

Escribe aquí:

Estrategias propuestas:

PASO 3: ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA DIGITAL (Unidad 6)

3.1 Estrategia de mercadotecnia digital (mezcla digital)

Diseña una estrategia considerando los cuatro elementos de la mezcla digital.

Ejemplo

La empresa ofrecerá un producto digital enfocado en resolver una necesidad específica del cliente, con precios definidos en función del valor percibido.

La distribución se realizará a través de su plataforma web y aplicaciones digitales, mientras que la promoción se apoyará en campañas segmentadas en redes sociales y contenido de valor para atraer y fidelizar usuarios.

Escribe aquí:

Producto digital: _____

Precio: _____

Plaza: _____

Promoción: _____

3.2 Comportamiento del consumidor digital

Analiza brevemente el comportamiento del consumidor al que se dirige tu empresa.

Ejemplo

El consumidor digital es informado, compara opciones antes de comprar y valora la experiencia de usuario. Busca rapidez, confianza y soluciones personalizadas, por lo que la empresa debe ofrecer plataformas intuitivas y comunicación clara.

Escribe aquí:

Análisis del consumidor digital:

3.3 Canales digitales clave

Indica dos canales digitales y justifica su elección.

Ejemplo

Se utilizarán redes sociales por su capacidad de segmentación y generación de comunidad, así como el correo electrónico para mantener una comunicación directa y personalizada con los clientes.

Escribe aquí:

Canal digital 1: _____
Justificación: _____

Canal digital 2: _____
Justificación: _____

3.4 Modelo de monetización digital

Describe el modelo de monetización de la empresa.

Ejemplo

La empresa utilizará un modelo de suscripción mensual que permita ingresos recurrentes y facilite la planificación financiera, complementado con servicios premium para clientes que requieran funciones avanzadas.

Escribe aquí:

Modelo de monetización: _____
Descripción: _____
