



Notas

4 dic 2025

Sesiones - Fundamentos de la Administración del Negocio Digital

25-11-GA

Resumen

Erandi López Fernandez de Lara dirigió la sesión final sobre mercadotecnia digital, diferenciando conceptos clave como *avatar* y *buyer persona*, y explicando estrategias de publicidad y monetización, como la Prueba AB y la conversión de *leads*. Se detallaron los requisitos para el proyecto final de la unidad seis, que exige una estrategia básica de mercadotecnia digital, y se presentó un GPT especializado para asistir a los estudiantes en la validación de sus productos y estrategias. GABY RUIZ agradeció el material provisto, mientras que Mariana Alcantara preguntó sobre la Prueba AB, IVONNE MEDINA preguntó sobre la disponibilidad del material del curso y solicitó un espacio de retroalimentación final sobre su proyecto, y Francisco Martinez agradeció la información sobre el proceso de regularización.

Detalles

Longitud de las notas: Estándar

- **Cierre de Sesión y Mercadotecnia Digital** Erandi López Fernandez de Lara dio inicio a la última sesión de clase sobre la unidad seis, la cual se centra en mercadotecnia digital. Destacó que, aunque se basa en los fundamentos de la mercadotecnia tradicional (las 4Ps), la digital se trabaja completamente en un entorno digital e integra herramientas tecnológicas y automatización. El objetivo es que los estudiantes conozcan las diferencias entre el marketing tradicional y el digital, orientando los modelos de monetización a objetivos comerciales y negocios digitales.

- **Conceptos Clave de Mercadotecnia Digital** Erandi López Fernandez de Lara diferenció el *avatar* del *buyer persona*, señalando que el avatar es la hipótesis inicial de la persona que comprará el producto o servicio, mientras que el buyer persona es la persona real que se define después de validar el producto o servicio en el mercado. También explicó que la investigación digital permite validar el avatar y definir claramente el buyer persona para diseñar la estrategia digital que acompaña al cliente en su proceso de compra.
- **Estrategias de Publicidad y Monetización Digital** La forma de monetización a menudo recae en las redes sociales, permitiendo validar productos o servicios con un presupuesto bajo antes de formalizar un negocio. Erandi López Fernandez de Lara mencionó que la publicidad puede ser de paga (como Facebook Ads) o *orgánica*, la cual requiere mucho trabajo en la generación de contenido y el uso de palabras clave para que el contenido sea encontrado por el avatar. La finalidad de estas estrategias es la venta.
- **Aclaración de la Prueba AB** Mariana Alcantara preguntó sobre la Prueba AB, a lo que Erandi López Fernandez de Lara explicó que consiste en que, al lanzar una campaña publicitaria (ej. en Facebook), se diseña un *copy* (el anuncio) y se le pide a la plataforma que pruebe diferentes variantes de segmentos de cliente del avatar. La plataforma identifica y crea otro tipo de segmento de cliente potencial (*B*) para probarlo y contrastarlo con el perfil que se le dio inicialmente (*A*), ayudando a hacer otra hipótesis del comprador posible.
- **Definición de Lead y Lead Magnet** Erandi López Fernandez de Lara definió el *lead* como una persona potencial que ha realizado la acción objetivo de un *copy* (anuncio) en una campaña, lo cual se conoce como *conversión*, por ejemplo, llenar un formulario para un webinar. El *lead magnet* es el "gancho" o "regalo" (como un webinar, guía o ebook) que se ofrece para atraer a la persona a realizar la acción deseada con el *copy*.
- **Diferencia entre Mercadotecnia Tradicional y Digital** La principal diferencia que Erandi López Fernandez de Lara señaló es que la mercadotecnia tradicional solo permite ver los resultados y modificar la estrategia hasta el final de la campaña, después de su ejecución. En contraste, la mercadotecnia digital permite modificar la campaña en tiempo real, monitoreando la interacción y los indicadores de alcance y conversión para tomar decisiones inmediatas, por ejemplo, eliminando un anuncio con menor eficiencia y dejando el que sí está teniendo resultados.
- **Requisitos del Proyecto Final de Mercadotecnia Digital** En la unidad seis, los estudiantes deben diseñar una estrategia básica de mercadotecnia digital para su empresa. Esto incluye considerar los elementos de la mezcla digital

(producto, precio, plaza, promoción), analizar el comportamiento del consumidor digital, indicar dos canales digitales clave con su justificación, y describir un modelo de monetización digital adecuado. La estrategia debe enfocarse en un solo producto o servicio, ya que cada uno puede requerir una campaña distinta con su propio avatar/buyer persona.

- **Herramienta GPT Especializada para Estrategia Digital** Erandi López Fernandez de Lara presentó un GPT personalizado diseñado para actuar como un estratega en marketing digital, alineado al estándar de competencia 1621 de CONOCER, el cual se enfoca en la implementación de estrategias de mercadotecnia digital. Este GPT ayudará a los estudiantes a validar sus productos y estrategias de marketing digital antes de un lanzamiento formal, asistiendo en el diseño de encuestas, análisis del consumidor digital y aplicación de la mezcla digital.
- **Ejemplo Práctico con el GPT** Erandi López Fernandez de Lara ilustró el uso del GPT con su propio caso de un negocio de capacitación en línea. Explicó que el GPT les pide la industria, la idea de negocio, qué ofrecen y la etapa en que se encuentran, para luego sugerir etapas de estrategia. Compartió que el GPT validó suposiciones iniciales sobre el público objetivo y sus "dolores" a través de una encuesta de "ayuda desesperada", lo que confirmó la utilidad de la herramienta para encontrar información similar a la que se obtiene con datos reales.
- **Estrategias Sugeridas por el GPT** El GPT sugirió una estrategia en etapas que incluye una "encuesta de ayuda desesperada" para obtener mínimo 50 respuestas, el análisis del comportamiento del consumidor digital para entender motivaciones y preocupaciones, y la mezcla digital. También puede ayudar a construir una *landing page* optimizada para la venta o la conversión, la cual utiliza un *call to action* (CTA) y *storytelling*. Erandi López Fernandez de Lara aconsejó a los estudiantes profundizar en los aspectos que necesiten para su estrategia inicial, como las formas de pago o condiciones de entrega.
- **Problemas Técnicos Iniciales y Agradecimiento** Erandi López Fernandez de Lara preguntó sobre la visibilidad de su pantalla al inicio de la sesión. GABY RUIZ confirmó que sí estaba viendo la pantalla, pero explicó que estaba usando su celular y necesitaba acercárselo para escuchar debido a que sus audífonos se habían descargado. Gaby Ruiz expresó su agradecimiento por el material proporcionado, señalando que va más allá del proyecto y es muy útil para su negocio, a lo que Erandi López Fernandez de Lara respondió que esa es la finalidad.

- **Experiencia en Lanzamiento de Cursos y Conversión de Leads** Erandi López Fernandez de Lara compartió su experiencia personal al lanzar un curso sola, destacando que es "desgastante" y "estresante", pero que sí logró validarlo y tuvo aceptación, demostrando que tiene valor para los docentes. El ponente citó una regla de Cristián, verificada por su experiencia, de que solo el 10% del alcance de un "copy" se convierte en "leads" (personas que realizan la acción). Erandi López Fernandez de Lara mencionó que, aunque alcanzó 100 inscritos, los asistentes al webinar y los inscritos finales fueron pocos, pero sí logró probar el valor de lo que había diseñado.
- **Instrucciones para el Proyecto Final y Herramientas de IA** Erandi López Fernandez de Lara aconsejó a los estudiantes utilizar la grabación de la sesión de asesoría del martes para replicar el "prom" de investigación de innovación, ya que la práctica se realizó paso a paso en esa sesión. Para la gestión del negocio digital y la parte "metodología digital", sugirió utilizar el consultor GPT 360 y el GPT experto en el estándar para asistencia y creatividad, destacando que la inteligencia artificial proporciona ideas que los estudiantes deben complementar con lo aprendido. Además, recordó que la plantilla y la rúbrica de evaluación para la estrategia de la unidad seis están disponibles.
- **Consultas sobre Fechas y Retroalimentación del Proyecto Final** IVONNE MEDINA preguntó si esta era la última sesión de clase, lo cual Erandi López Fernandez de Lara confirmó, y señaló que el proyecto final se debe entregar el 10 de diciembre. Ivonne Medina expresó su deseo de tener un espacio de retroalimentación final sobre el proyecto, más allá de la calificación, ya que, aunque ha intentado lanzamientos por su cuenta y usa GPT, la visualización de los fallos solo ocurre al lanzar. Erandi López Fernandez de Lara confirmó que sí tiene contemplado habilitar más horarios de asesoría en la semana 7 y 8, prefiriendo la semana 8 para citas con Ivonne Medina después de que ellas haya evaluado el proyecto y proporcionado la retroalimentación inicial en la plataforma.
- **Disponibilidad del Material del Curso y Evaluación Docente** Ivonne Medina preguntó sobre la disponibilidad futura del material cargado en la asignatura, ya que le interesa consultarlo posteriormente. Erandi López Fernandez de Lara mencionó que preguntará al respecto y notificará a los estudiantes, ya que ella también prefiere conservar su propio material de estudio. Erandi López Fernandez de Lara recordó a los estudiantes que deben completar la Evaluación Docente en la unidad 5, la cual cierra el domingo 7 de diciembre, y enfatizó su importancia para ICE México y para recibir retroalimentación general sobre el curso.

- **Sesión de Cierre y Proceso de Calificaciones de Regularización** La sesión de clase del martes será la última, orientada a resolver dudas sobre la segunda entrega del proyecto. Erandi López Fernandez de Lara explicó que enviará las calificaciones finales de forma personalizada por correo electrónico durante la semana siguiente, detallando la ponderación de cada actividad. También informó que las personas con actividades pendientes podrán presentarlas en un periodo de regularización, aunque con una ponderación diferente, que se activará el 15 de diciembre y tendrá como cierre el miércoles de la semana 8. Francisco Martinez agradeció la información, ya que se encuentra en esa situación.
- **Instrucciones Finales y Agradecimiento de Cierre** Erandi López Fernandez de Lara detalló que las calificaciones de las entregas normales se enviarían alrededor del 15 de diciembre, momento en que se habilitaría el periodo de regularización hasta el 17 de diciembre. En la semana 8, después de calificar las actividades de regularización, se entregaría la calificación final general, probablemente el jueves. La instructora mencionó que, si los estudiantes tienen dudas específicas sobre su proyecto y no pueden asistir a la sesión de asesoría del martes, pueden enviar sus avances por correo para que ella pueda clarificar la duda en la sesión grabada. Finalmente, Erandi López Fernandez de Lara agradeció a los estudiantes por haber impartido la materia y les deseó que aplicaran lo aprendido.

Pasos siguientes recomendados

- ☐ Erandi López Fernandez de Lara estará enviando las calificaciones del proyecto en unos días.
- ☐ IVONNE MEDINA revisará si se le pasó algo relacionado con la evaluación que venía en el programa, ya que solo tiene pendiente la entrega del segundo proyecto.
- ☐ Erandi López Fernandez de Lara preguntará si el material cargado en la asignatura quedará disponible para consulta posterior de los estudiantes y notificará la respuesta en los avisos.
- ☐ Erandi López Fernandez de Lara habilitará más horarios en la agenda de asesorías en la semana siete y la semana ocho para quienes deseen una retroalimentación más personal o particular sobre el proyecto.
- ☐ Francisco Martinez podrá regularizar las actividades que no haya hecho a tiempo entre el 15 y el 17 de diciembre, luego de que Erandi López Fernandez de Lara envíe las calificaciones normales el 15 de diciembre.

Revisa las notas de Gemini para asegurarte de que sean correctas. [Obtén consejos y descubre cómo toma notas Gemini](#)

Danos tu opinión sobre el uso de Gemini para tomar notas en una [breve encuesta](#).

Chat

00:14:39.562,00:14:42.562

Erandi López Fernandez de Lara: Lead

00:14:51.213,00:14:54.213

Erandi López Fernandez de Lara: Copys

00:15:01.655,00:15:04.655

Erandi López Fernandez de Lara: CTA

00:16:13.019,00:16:16.019

Erandi López Fernandez de Lara: Lead magnet

00:59:05.724,00:59:08.724

GABY RUIZ: No está la pantalla activada

01:21:13.168,01:21:16.168

Francisco Martinez: Gracias Dra. Saludos