



9th International Interdisciplinary Congress on Renewable Energies, Industrial Maintenance, Mechatronics and Informatics

Booklets



RENIECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - Google Scholar DOI - REDIB - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID - V|LEX

Title: Facing the Gap: Digital villages for life transformation small and Medium Enterprises in Morelos

Authors: Juárez-Salomo, Norma Angélica, Silveyra-Rosales, Mariana Teresa, Cuevas-Olascoaga, Miguel Ángel and Gama-Hernandez, Gerardo

Editorial label ECORFAN: 607-8695
BCIERMMI Control Number: 2024-01
BCIERMMI Classification (2024): 241024-0001
RNA: 03-2010-032610115700-14
Pages: 16

Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0000-0002-9685-1998	669011
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0000-0003-0883-6809	552716
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0000-0002-6427-7370	242182
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	0000-0001-8346-7930	241985

CONAHCYT classification:
Area: Social Sciences
Field: Economic Sciences
Discipline: Economics of technological change
Subdiscipline: Technology and social change

ECORFAN-México, S.C.
Park Pedregal Business. 3580,
Anillo Perif., San Jerónimo
Aculco, Álvaro Obregón,
01900 Ciudad de México, CDMX,
Phone: +52 1 55 6159 2296
Skype: ecorfan-mexico.s.c.
E-mail: contacto@ecorfan.org
Facebook: ECORFAN-México S. C.
Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

PRESENTATION CONTENT

- *Introduction*
- *Methodology*
- *Results*
- *Annexes*
- *Conclusions*
- *References*



INTRODUCCIÓN

TEMA

ENFRENTANDO LA BRECHA: ALDEAS DIGITALES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MORELOS

OBJETIVO

ANALIZAR EL IMPACTO DEL PROYECTO ALDEAS DIGITALES DE ALIBABA EN LAS PYMES DE MORELOS

CONTRIBUCIONES

EFICIENCIA DEL MODELO DE CAPACITACION ESTUDIANTIL, PROMOViendo LA REFLEXION SOBRE EL APOYO EL EMPRENDIMIENTO BASADO EN TECNOLOGIA Y FORMACION MASIVA

METODO

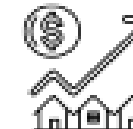
IDENTIFICACIÓN DE TEMAS MOTIVADORES



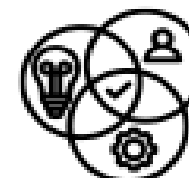
APRENDIZAJE CURRICULAR/CO-CURRICULAR



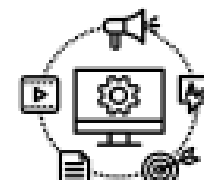
SITUACION DE NEGOCIO REAL



HABILIDADES Y COMPETENCIAS



MARKETING DIGITAL



INTRODUCCIÓN

Aldeas Digitales es una iniciativa comercial perteneciente al grupo Alibaba, empresa de origen chino que se distingue por ser uno de los mercados mayoristas en línea líderes en el mundo y que ha desarrollado su propio modelo para llevar adelante políticas de desarrollo local, primero, en algunos estados de China y, posteriormente, en distintas partes del mundo tales como el sudeste asiático y África (Wang, 2019; Sadok, 2021), y en el año 2023 en México para extender la inclusión comercial de distintos actores fuera de los centros urbanos. Las Aldeas Digitales fueron inicialmente denominadas Aldeas Tobao donde comunidades rurales transformaron sus economías locales en iniciativas de comercio electrónico.



INTRODUCCIÓN

El proyecto global en su versión mexicana combina la certificación de consutores, el involucramiento de estudiantes universitarios y la vinculación con pequeñas y medianas empresas, con el fin de proponer un modelo de negocios dinamizados por las tecnologías y la lógica de *e-commerce* de empresas tradicionales y artesanales, respetando la identidad regional patrimonial, llevándolas hacia el mundo digital.

Es relevante subrayar que en el presente trabajo se recuperan básicamente las experiencias vividas en el Estado de Morelos, donde alrededor de 50 profesores participaron en el 1er Programa de Certificación en Transformación y Emprendimiento Digital para Docentes y cerca de 200 estudiantes se certificaron como asesores para la conformación de Aldeas Digitales con PyMes del estado.



INTRODUCCIÓN

Nacido en el 2003 en China, el concepto de Aldea Taobao surgió con el lanzamiento de Taobao Marketplace por el Grupo Alibaba, cuyo significado en chino se traduce como "red para buscar tesoros", se establecieron comunidades de Dongfeng en Jiangsu, seguida por otras localidades en Hebei y Zheijian (Morales, 2024).



En el país se pasó abruptamente del sistema de pago en efectivo, a la utilización de pago a través de teléfonos celulares, proceso que sin duda implicó toda una revolución en un evidente *leap frogging*.



INTRODUCCIÓN

La punta de lanza de las Aldeas Digitales en México se dio en el estado de Guanajuato, donde se generaron las primeras propuestas orientadas a la promoción de productos artesanales tales como artículos de piel, dulces típicos y hasta molcajetes, elaborados con piedra basáltica, sólo por mencionar algunos ejemplos, brindando aliento a emprendedores, así como PyMes en dicho estado, para vender sus productos en línea y acelerar sus ventas a través de su aceleradora Atomic 88.

Seguido de la mencionada entidad, surgieron propuestas para los estados de Puebla, Querétaro, Ciudad de México, Sonora, Jalisco, Chiapas, Quintana Roo y Morelos, con la expectativa de lograr la transformación digital de 32,000 jóvenes entrenados en capacidades digitales y alrededor de 1,600 micro comercios transformados digitalmente, con el uso de tecnología para vender mejor (Forbes, 2021).



METODOLOGÍA



En el mes de febrero del 2024, el Grupo Alibaba a través de la Asociación de Industriales y Empresarios de Morelos (ADIEM), conformó un grupo de 50 profesores para participar en la Certificación en Transformación y Emprendimiento Digital para Docentes, de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, el Instituto Tecnológico de Zacatepec; el Instituto Tecnológico de Cuautla; Instituto Tecnológico de Zacatepec; La Universidad Pedagógica del Estado de Morelos; La Salle Cuernavaca; Tecnológico Nacional de México-Zacatepec; Universidad Fray Luca; Escuela de Estudios Superiores de Jonacatepec UAEM; Universidad del Valle de México Campus Cuernavaca; UAEM Sede Escuela de Estudios Superios de Mazatepec; Universidad Politécnica del Estado de Morelos; y del Centro Universitario Libertad.

METODOLOGÍA





Metodologías Ágiles:



CANVAS Y FODA



Evaluación de Madurez Digital



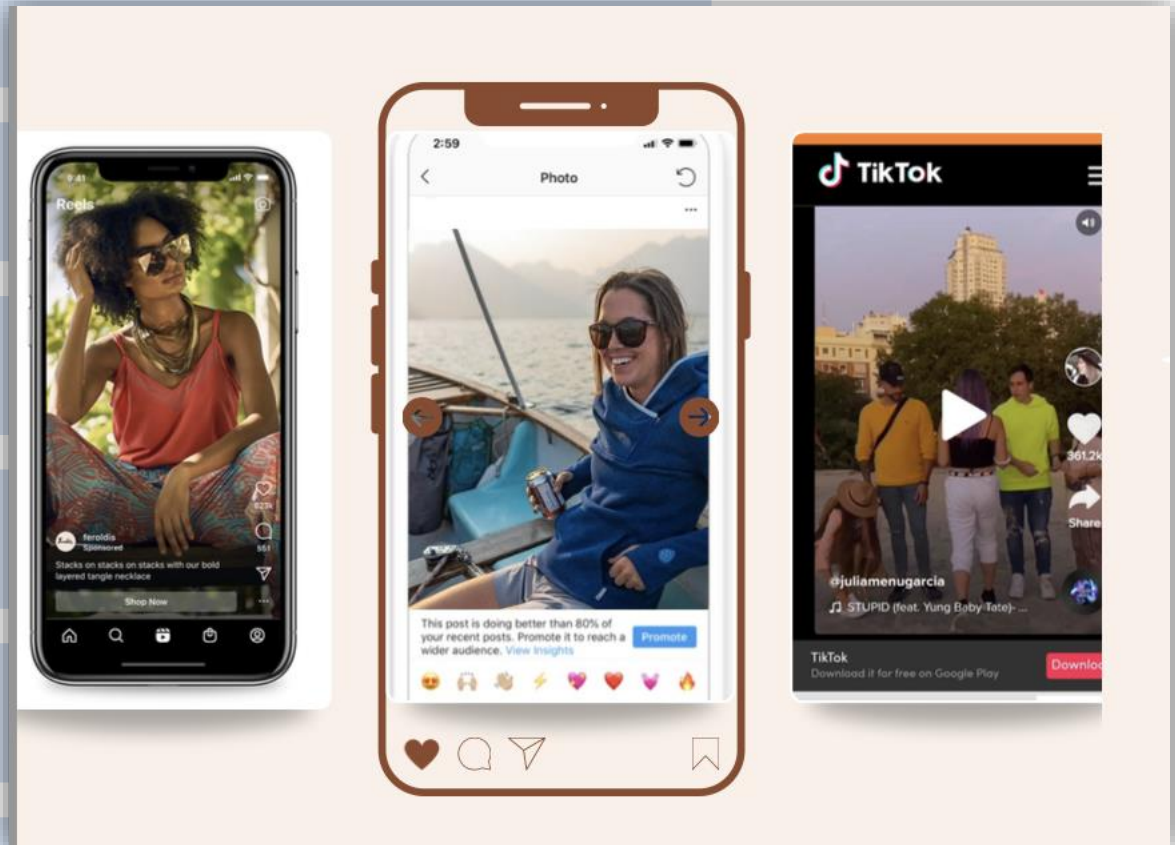
Mapa de Empatía



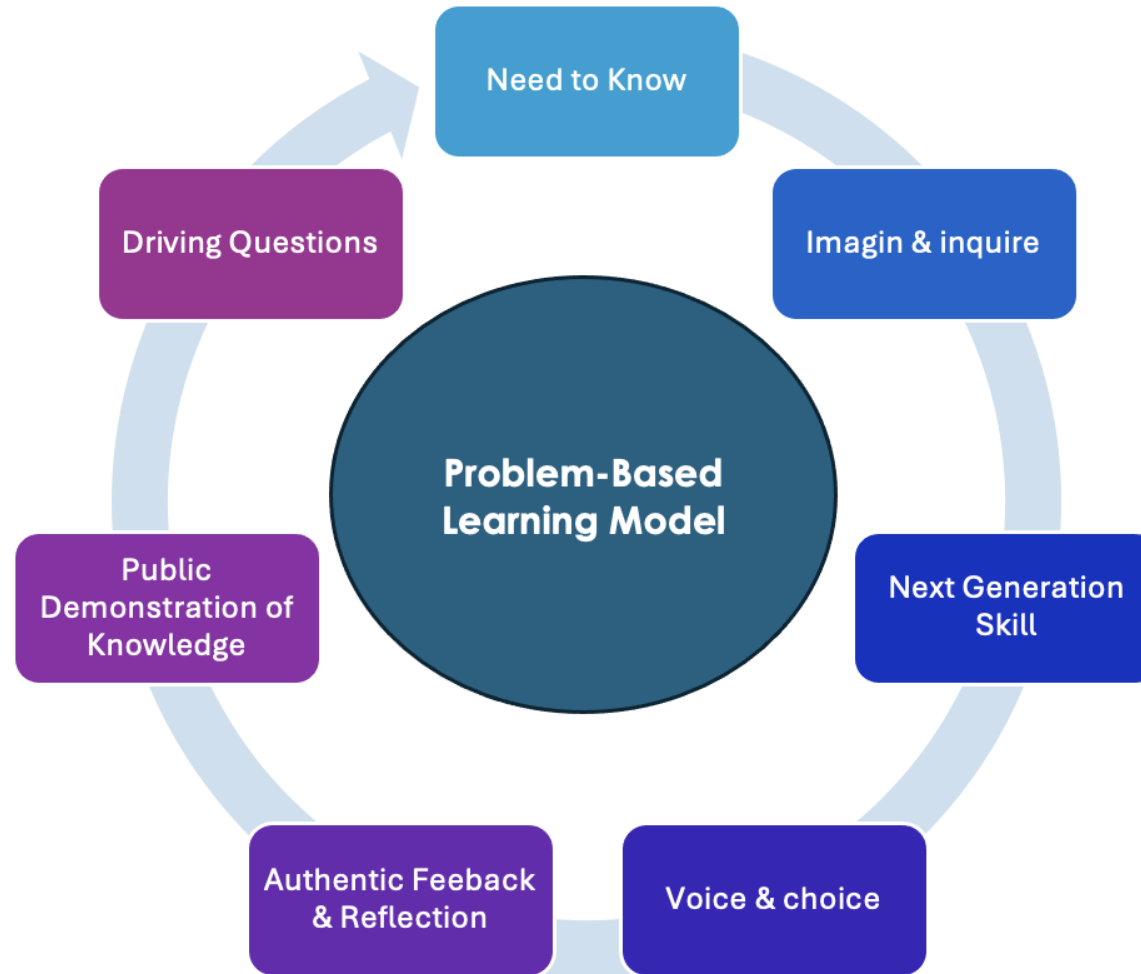
Ideas y Prototipos



Implementación



METODOLOGÍA



METODOLOGÍA

1ª Etapa: vinculación Alibaba Group + empresas + sectores privado y público

2ª Etapa: Selección y formación de Mentores.

3ª Etapa: selección de empresas participantes.

4ª Etapa: Formación de alumnos.

5ª Etapa: Presentación a Empresas.

6ª Etapa: Cierre de actividades y reflexiones finales.

7ª Etapa: Recuperación y publicación de experiencias.



RESULTADOS



Solo como parte de los resultados, los autores participantes en la investigación realizaron la digitalización de ocho empresas relacionadas con reciclaje, prestación de servicios, alquiler de inmuebles, artesanías y productos gastronómicos, pero la cohorte de profesores de todas las universidades, en suma, atendió a alrededor de 200 estudiantes y un número similar de empresas, logrando generar institucionalmente diversas iniciativas y algunos trabajos escritos.

CONCLUSIONES



Ante procesos de inestabilidad mundial marcado por pandemia, inflación, agitación geopolítica, problemas de suministro, bloqueos, etc. se presenta el desafío de cambiar la forma de interactuar y un punto de inflexión para adoptar nuevas soluciones tecnológicas que ayuden a los individuos y organizaciones a afrontar estos momentos difíciles y convertirlos en una ventaja competitiva.

El método de proyectos busca enfrentar a los alumnos a situaciones que los lleven a rescatar, comprender y aplicar aquello que aprenden como una herramienta para resolver problemas o proponer mejoras en las comunidades en donde se desenvuelven.

CONCLUSIONES

Como fue posible observar, las mejoras tecnológicas son parte integral de la vida moderna, pues buscan optimizar y facilitar diversas actividades. Estas mejoras no se han limitado al mundo físico, sino que también se extienden al ámbito digital y, de paso, a la cultura institucional y a la sociedad.

El compromiso continuo con la responsabilidad social y las prácticas comerciales éticas pueden diferenciar el mercado, atrayendo a consumidores que valoren el impacto positivo de sus compras. La expansión a los mercados internacionales, donde hay una creciente demanda de productos naturales y orgánicos, puede ser una oportunidad para llegar a nuevos clientes y fortalecer su presencia global, teniendo un futuro prometedor basado en el compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social.





REFERENCIAS



Alizila (2021). *Alibaba Lowers Barriers for Merchants on Tmall and Taobao*. Alizila: News from Alibaba. In: <https://www.alizila.com/alibaba-lowers-barriers-for-merchants-on-tmall-and-taobao/>

Capgemini Research Institute (2020) *Consumer Products and Retail: How sustainability is fundamentally changing consumer preferences*. Capgemini Research Institute Analysis. In: <https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2020/07/Final-Infographic-2.pdf>

Forbes (2021). *Guanajuato leads the creation of 'digital villages' in Mexico*. Available in: <https://www.forbes.com.mx/guanajuato-lidera-la-creacion-de-aldeas-digitales-en-mexico/>

Government of Chile (2022) *We launched the Zero Digital Gap Plan so that everyone has access to connectivity regardless of where they live*. Available in: <https://www.gob.cl/noticias/lanzamos-el-plan-brecha-digital-cero-para-que-todas-y-todos-tengan-acceso-conectividad-independiente-del-lugar-en-que-viven/>

Larios-Hernández (2023). *Alibaba in Mexico: Adapting the Digital Villages Model to Latin America*. Available in: https://hummedia.manchester.ac.uk/institutes/gdi/publications/workingpapers/di/dd_wp97.pdf <https://doi.org/10.1177/02734753231190886>.

Morales-Estay, Pablo (2024). *From Tobao Villages to Digital Villages*. Asia Pacific Program. Library of the National Congress of Chile. In: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/36029/1/De_Aldeas-Taobao_a_Aldeas_Digitales_el_modelo_chino_de_crecimiento_inclusivo_a_traves_del_comercio_electronico.pdf

Nilson, L. B. (2010). *Teaching at its best: A research-based resource for college instructors (2nd ed.)*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. In: [https://teaching.cornell.edu/problem-basedlearning#:~:text=Problem%2Dbased%20learning%20\(PBL\),the%20motivation%20and%20the%20learning](https://teaching.cornell.edu/problem-basedlearning#:~:text=Problem%2Dbased%20learning%20(PBL),the%20motivation%20and%20the%20learning).

REFERENCIAS

Sadok, Hicham, 2021. *How can inclusive growth be enabled from financial technology?* HomeInternational Journal of Business Performance Management. Vol. 22, No. 2-3. July 16, 2021. pp 159-179. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2021.116410>. En <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJBPM.2021.116410>

<https://doi.org/10.1504/ijbpm.2021.10039433>

Taobao Haul (s/f). *¿Qué es Taobao? El gigante E-commerce Asiático*. Disponible en: <https://www.taobaohaul.net/taobao/que-es-taobao/>

World Bank Group (2019). *E-commerce Development: experience from China*. Available in: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/552791574361533437/pdf/E-commerce-Development->

Wang, Jing (2019). *Taobao Villages Driving “Inclusive Growth” in Rural China*. Alizila: News from Alibaba. En: <https://www.alizila.com/taobao-villages-driving-inclusive-growth-rural-china/>

Zhang P, Li W, Zhao K, Zhao Y, Chen H, Zhao S (2023) *The Impact Factors and Management Policy of Digital Village Development: A Case Study of Gansu Province, China*. Available in:

<https://www.mdpi.com/2073-445X/12/3/616>



ECORFAN®

© Ecorfan-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162, 163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169, 209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMMI is part of the media of Ecorfan-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)