



PORTAFOLIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO.

Reflexiones profesionales sobre los aprendizajes durante el desarrollo de los tres proyectos de aplicación práctica realizados durante del máster

MAESTRÍA DE NEGOCIOS DIGITALES

TRABAJO DE TITULACIÓN
ENSAYO FINAL

AUTOR
Alfredo Guillermo Molina Galárraga

Diciembre 2022

Contenido

Introducción	3
Reflexiones profesionales en el campo de los negocios digitales	7
Caso 1. Powerful English Experience	11
Caso 2. Casa de moda / Escuela de forex	
Casa de moda.....	16
Traderholics (Escuela de forex)	20
Caso 3. Kcpacitec.....	22
Conclusiones	30
Bibliografía.....	32
Anexos.....	33

Introducción

Iniciar un negocio requiere de mucho esfuerzo y trabajo. “Empezar a hacer una cosa determinada, en especial cuando exige esfuerzo o trabajo”, esa es la definición que da la RAE para emprender¹, parecería obvio que todo emprendimiento requiere de trabajo y esfuerzo, pero además requiere de un método para hacer las cosas. Por otro lado, en plena segunda década del siglo XXI, las empresas tradicionales se han visto interrumpidas digitalmente, los líderes empresariales han tenido que transformar su modus operandi para servir a nuevos mercados y romper las barreras existentes, con el fin de satisfacer las necesidades de una base de clientes más amplia.

De todos modos, el negocio digital es el nuevo modelo mejorado de hacer negocios. Se aleja completamente de la norma establecida. Este modelo aprovecha Internet y las tecnologías modernas, lo que facilita la ejecución rápida e inteligente de los procesos comerciales y permite una experiencia emocionante para el cliente. Muchas empresas tradicionales han evolucionado para convertirse en negocios digitales mediante el uso de innovaciones digitales para abordar las necesidades de los clientes. (L’Huillier, 2020) Ese fue el propósito de esta maestría en Negocios Digitales, aplicar estos nuevos modelos que permitan comprender el ecosistema digital y las tendencias tecnológicas. En este documento presentaré tres casos, de cómo estas empresas se transformaron de modelos de negocios tradicionales en negocios digitales, en el contexto de la economía digital.

Dicho sea de paso, el Internet llegó en los 90 a poner de cabeza al mundo, ha cambiado el comercio, la educación, la salud e incluso la forma de relacionarnos afectivamente, ha cambiado todo, la forma en que se conciben los negocios es diferente, ahora las empresas están priorizando la digitalización del negocio. Muchos empresarios sienten que no digitalizar su empresa podría llevar a la pérdida de su ventaja competitiva, lo que afectaría las ganancias de su negocio. Esta es la razón

¹ De acuerdo con la Real Academia Española, **1. *Grat.*** Empezar a hacer una cosa determinada, en especial cuando exige esfuerzo o trabajo o es de cierta importancia o envergadura. Empezar es el acto de acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. Otra definición, en este caso de Economipedia, emprender es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, sin que esto quede en una mera intención.

por la que están trabajando para transformar y digitalizar sus negocios. Una parte clave vista en esta maestría, es la digitalización empresarial, es brindar una experiencia de cliente de extremo a extremo. Esto significa que necesitará el establecimiento y la implementación de herramientas tecnológicas para facilitar este proceso. Impulsar la transición digital de su organización aprovechando las tecnologías que tienen mayor relevancia para el modelo de negocio. (Phalen, 2022).

En el primer caso analizaremos la academia de inglés Powerful English Experience², su metodología de estudios en la era digital, teniendo en cuenta la experiencia previa tanto en el aprendizaje presencial como en línea. Después de experimentar las limitaciones educativas tradicionales, y las nuevas ventajas tecnológicas, demostramos que debemos seguir un enfoque integrado, ya que es más enriquecedor y efectivo. En cualquier caso, una metodología en línea es la mejor opción, basada en nuestros análisis de todos los aspectos fundamentales y necesidades de los estudiantes desarrollados en el perfil del cliente, elaborado a partir de la publicación Diseñando la propuesta de valor de Osterwalder³, al final brindamos recomendaciones digitales para ayudar a que sean más productivos.

Por otra parte, el mundo de la moda ha cambiado drásticamente en los últimos años. El surgimiento de nuevas tecnologías digitales e inmersivas, combinado con una mayor conciencia de la necesidad de prácticas sostenibles, ha llevado a una disminución en el interés por la vestimenta tradicional. De esta manera, el apareamiento de nuevos mercados ha creado experiencias de cliente alternativas para los compradores que buscan mejorar su personalidad virtual.

A todo esto, en el segundo caso exploramos la propuesta para digitalizar los procesos

² Powerful English Experience inicia en enero 2022 brindando educación a distancia y llegando a ciudades pequeñas en el Ecuador, empezamos nuestra gestión con 11 estudiantes en Lago Agrio, y queremos brindar nuestro sistema de educación a distancia enseñando el idioma inglés a Portoviejo, Salitre, playas, El Puyo y Lago Agrio.

³ La esencia de Diseñando la propuesta de valor radica en aplicar herramientas a la búsqueda caótica de propuestas de valor que los clientes esperan, y seguir manteniéndolas en consonancia con lo que quieren después de la búsqueda. Hace que las propuestas de valor sean visibles y tangibles para que así sean más fáciles de analizar y gestionar. Se integra perfectamente con el lienzo del modelo de negocio y el mapa de entorno, dos herramientas que se estudian con detalle en Generación de modelos de negocio, su libro complementario. Juntos marcan las bases de un conjunto de herramientas de negocio.

de una casa de moda, sus diseños han sido usados por personalidades del espectáculo, reinas de belleza, los diseños de esta empresa han sido usados por mujeres empoderadas en el mundo de la política, sus creaciones se han mantenido presentes durante dos décadas de trayectoria como diseñadora de alta costura.

Para este caso hemos analizado los problemas en los procesos en las áreas de desarrollo, compras de materia prima y diseño. Conociendo la situación actual de la casa de moda, revisamos las herramientas necesarias para trazar y optimizar la cadena de valor de un negocio, costear la operación logística, comprender las opciones de infraestructura logística disponibles, además de analizar y pronosticar la demanda, y las acciones de mejora, y de esta forma poder cerrar la brecha, presentando la implementación de un nuevo proceso de propuesta de mejora.

A la vez, en este segundo laboratorio también examinamos lo que debe saber sobre la ciberseguridad, presentamos el caso de la escuela de forex, Traderholics, una plataforma digital de enseñanza en línea, de la cual mostramos como se manejan los respaldos, las políticas de privacidad. Además del manejo de información a nivel de usuario, desarrollo WEB, servidor e información como administrador. También evaluamos los protocolos HTTP, los riesgos y las mejoras de seguridad aplicadas.

Durante el tercer caso trabajamos con la empresa de capacitación Kcpacitec⁴. La empresa ha estado inactiva dos años a causa de la pandemia del COVID-19, ahora desean retomar sus ventas en línea de las diferentes capacitaciones que ofrecen. Al estar tanto tiempo fuera del mercado necesitan volver con fuerza con las ventas de los cursos, pero cuentan con un capital de inversión muy bajo a comparación de años anteriores.

Por lo demás, hemos desarrollado una estrategia de pauta que se puede implementar para impulsar las ventas del curso más popular que tuvieron previamente, el de ISO

⁴ KCPACITEC, es una escuela de capacitación y de certificación internacional de normas ISO, ITIL, COBIT. Brinda servicios de formación continua, certificación profesional y asesoría especializada para personas y organizaciones, en áreas importantes de desarrollo y crecimiento. Cuenta con instructores altamente calificados con formación profesional con grados mínimos de licenciatura o Ingeniería además de contar con maestrías en el ramo de las TI, adicional a su formación académica cuentan con certificaciones en diversos marcos de referencia como ITIL, COBIT, Gestión de Proyectos, Lean IT y estándares como ISO20000, ISO27000.

27001⁵. Además, aprendimos a aplicar métodos para la elaboración del perfil del cliente mediante la herramienta Buyer Persona con la finalidad de profundizar el entendimiento del consumidor. (Revella, 2015) La empresa se originó como un DNVB (Digitally Native Vertical Brand) vendiendo sus servicios directamente en sus redes sociales. Actualmente la empresa maneja dos modelos: Business to Business y Business to Customer. El primer caso fue de mi autoría, el segundo y tercer caso de laboratorio los trabajé en conjunto a J. Caicedo, y S. Barberán. Durante el desarrollo del documento analizaremos la relevancia de cada uno de los casos, la metodología aplicada para resolver la problemática, y los desafíos o dificultades al desarrollar los casos y cómo los superamos.

Por todo lo antes mencionado este ensayo pretende presentar la comprensión de los temas desarrollados en cada uno de los casos, y el aporte del aprendizaje en mi vida profesional, y que de esta forma se entienda que la transformación digital no sea vista como un obstáculo, sino como un mecanismo para el desarrollo de los negocios, que permitan a las empresas adaptarse a las nuevas tecnologías y modelos de negocio, para tener una mayor ventaja competitiva.

⁵ ISO/IEC 27001 es un estándar para la seguridad de la información aprobado y publicado como estándar internacional en octubre de 2005 por la International Organization for Standardization y por la International Electrotechnical Commission.

Reflexiones profesionales en el campo de los negocios digitales

El presente documento tiene como propósito presentar reflexiones profesionales sobre los aprendizajes durante el desarrollo de los tres proyectos de aplicación práctica realizados durante el máster. El trabajo de titulación de la maestría de negocios digitales nos prepara para el desarrollo de casos de aplicación práctica y reflexiones profesionales relacionadas al campo de los negocios digitales, mediante los cuales demostraré el manejo integral de los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación en esta maestría.

Dicho sea de paso, la estructura del aprendizaje se basó en tres ejes principales, Sociedad digital, transformación digital y Comercio digital y monetización. La noción de sociedad digital refleja los resultados de la sociedad moderna en la adopción e integración de las tecnologías de la información y la comunicación en el hogar, el trabajo, la educación y la recreación. (Cirlot, 2007)

Sociedad digital: Las innovaciones digitales están remodelando nuestra sociedad, economía e industrias con una escala y velocidad como nunca antes. Las tecnologías móviles y en la nube, Big Data e Internet of Things ofrecen oportunidades inimaginables, impulsando el crecimiento, la mejora de la vida de los ciudadanos y la eficiencia en muchas áreas, incluidos los servicios de salud, el transporte, la energía, la agricultura, la fabricación, el comercio minorista y la administración pública. (Schwab, 2016). También pueden mejorar el proceso de gobierno al ayudar a los responsables políticos a tomar mejores decisiones e involucrar a los ciudadanos. Internet tiene un potencial considerable para promover la democracia, la diversidad cultural y los derechos humanos como la libertad de expresión y la libertad de información.

Sin embargo, también tenemos que entender cómo la escala y la velocidad de estos cambios impactan a los consumidores, usuarios, ciudadanos y trabajadores, incluidos todos ellos combinados en una sola 'persona digital', así como cómo afectan la vida social y privada, la educación, ciencia, gobierno, democracia y empresa.

Pues bien, las políticas y regulaciones de la sociedad digital son un complejo de principios, normas, reglas, procedimientos de toma de decisiones y programas compartidos que dan forma a la evolución y el uso de Internet; maximizando así su potencial social y económico para hacer negocios, trabajar, jugar, comunicarnos y expresarnos libremente. La implementación exitosa de estas políticas y regulaciones estimulará la innovación, el crecimiento económico y las mejoras en la vida diaria tanto de los ciudadanos como de las empresas. Un despliegue más amplio y un uso más efectivo de las tecnologías digitales nos permitirán abordar nuestros desafíos clave y nos brindarán una mejor calidad de vida

Entorno jurídico y ética en los negocios: La protección de las personas físicas en relación con el tratamiento de datos personales es un derecho fundamental reconocido por la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE. Los principios y normas sobre la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales deben, cualquiera que sea su nacionalidad o residencia, respetar sus derechos y libertades fundamentales, en particular su derecho a la protección de datos personales.⁶

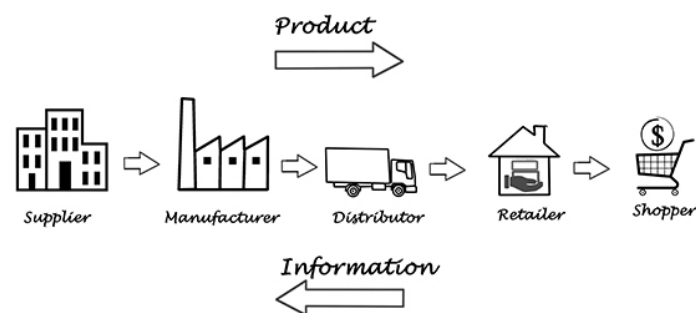
Transformación digital: Las tecnologías de la Industria 4.0 están provocando un cambio de paradigma en la gestión de procesos de la cadena de suministro. La transformación digital de las cadenas de suministro brinda enormes beneficios a las organizaciones al potenciar la colaboración entre múltiples organizaciones y sistemas internos y externos.

A todo esto, debido a que la transformación digital tendrá un aspecto diferente para cada empresa, puede ser difícil determinar una definición que se aplique a todas. Sin embargo, en términos generales, definimos la transformación digital como la integración de la tecnología digital en todas las áreas de una empresa, lo que genera cambios fundamentales en la forma en que operan las empresas y cómo brindan valor a los clientes. Más allá de eso, es un cambio cultural que requiere que las

⁶ Extractos del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, y por el que se deroga la Directiva 95/46 /CE (Reglamento General de Protección de Datos)

organizaciones desafíen continuamente el statu quo, experimenten con frecuencia y se sientan cómodas con el fracaso. (Trabado, 2020) Esto a veces significa alejarse de los procesos comerciales de larga data sobre los que se construyeron las empresas en favor de prácticas relativamente nuevas que aún se están definiendo.

Durante la maestría de Negocios digitales revisamos conceptos de big data, análisis de datos, blockchain, inteligencia artificial, aprendizaje automático e Internet de las cosas como las tecnologías más críticas para facilitar la transformación digital de la cadena de suministro.



*Este es el proceso de cada uno de los eslabones necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.
Ej. Cadena de valor. Gráfico tomado de la presentación de la clase "Cadena de Valor" de Mgtr. Ricardo Rodríguez*

Cadena de Valor: es una serie de pasos consecutivos que intervienen en la creación de un producto terminado, desde su diseño inicial hasta su llegada a la puerta del cliente. La cadena identifica cada paso del proceso en el que se agrega valor, incluidas las etapas de abastecimiento, fabricación y comercialización de su producción. (Robben, 2016) Una cadena de valor puede ayudar a una empresa a discernir áreas de su negocio que son ineficientes y luego implementar estrategias que optimizarán sus procedimientos para lograr la máxima eficiencia y rentabilidad. Michael E. Porter, de la Escuela de Negocios de Harvard, introdujo el concepto de cadena de valor en su libro *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Escribió: *"La ventaja competitiva no se puede entender mirando a una empresa como un todo. Se deriva de las muchas actividades discretas que realiza una empresa en el diseño, producción, comercialización, entrega y soporte de su producto"* (Porter, 1987)

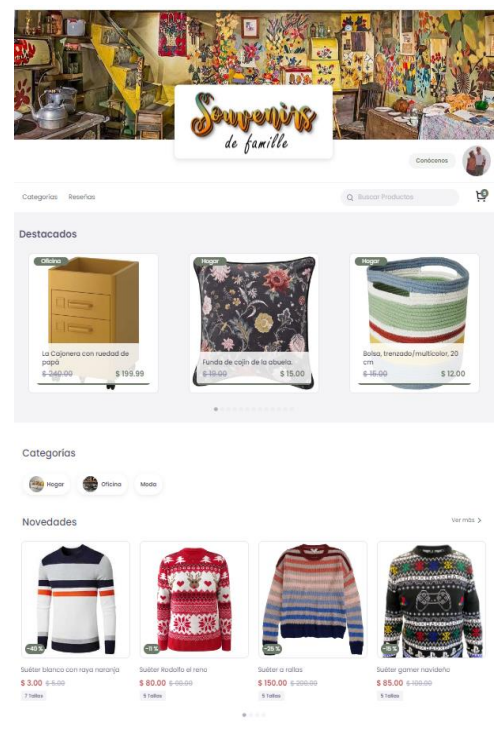
Al final del curso logramos comprender de forma estratégica la cadena de valor de cualquier negocio y las decisiones de carácter logístico que deben ser tomadas dentro de un entorno dinámico.

Mejor dicho, una empresa lleva a cabo un análisis de la cadena de valor mediante la evaluación de los procedimientos detallados involucrados en cada paso de su negocio. El propósito de un análisis de la cadena de valor es aumentar la eficiencia de la producción para que una empresa pueda ofrecer el máximo valor por el menor costo posible.

Comercio Digital y Monetización: Clasificar las empresas de comercio electrónico no siempre es sencillo, pero puede ser una forma útil de comprender mejor los diversos modelos comerciales involucrados. Al segregar los negocios en diferentes categorías, se hace más fácil comparar empresas y modelos de negocios similares.

A fin de cuentas, los tres participantes más comunes en el comercio electrónico son las empresas, las administraciones y los consumidores. Las diversas combinaciones de estos participantes crean modelos comerciales y desafíos significativamente diferentes, los cuales veremos en los diferentes modelos de negocios presentados en los casos.

El comercio electrónico es un invento moderno que facilita el comercio de bienes y/o servicios a través de medios electrónicos, o más precisamente, Internet. Los siguientes son los diferentes tipos de plataformas de comercio electrónico: Business to Consumer (B2C), Business to Business (B2B), Business to Government (B2G), Business to Business to Consumer (B2B2C), Consumer to Consumer (C2C), y Consumer to Business (C2B). (Schneider, 2013)



Trabajo realizado durante la clase: Creación de una tienda virtual, productos por categorías con imágenes y descripciones de cada uno de ellos. Materia: e-Commerce de Mgtr. Sergio Cisneros <https://souvenirsdefamille.tiendada.com/>

Caso 1. Powerful English Experience

Powerful English Experience es una academia de inglés en línea, la cual está dirigido a las pequeñas poblaciones en Ecuador. Consiste en educación a distancia, para aprender inglés desde casa de forma fácil, y que la gente sienta la confianza de estudiar con una empresa local. La empresa contaba con una plataforma de estudio, una página web y redes sociales. El interés es despertar en cada uno de en los usuarios la necesidad de incluir el aprendizaje diario de la lengua inglesa, para poderlo usar en la cotidianidad de sus trabajos, empresas, universidades, colegios y demás sectores para así ampliar el número de oportunidades en todos los ámbitos de su vida. Este caso venia con múltiples problemas, a pesar de nacer dentro del ámbito tecnológico con una plataforma de estudios en línea, no contaba con un equipo de ventas que dé seguimiento a las interacciones en redes sociales.

Descripción del servicio: Funciona con una plataforma 100% online el estudiante podrá tener la libertad de aprender cuándo y dónde quieras desde su dispositivo favorito, con profesores altamente calificados con gran trayectoria de enseñanza a distancia, mantienen al estudiante motivado y encaminado en todas las etapas de aprendizaje, el método de enseñanza práctico y efectivo, con un progreso óptimo en menor tiempo, a través de una combinación de autoestudio y clases online.

Este caso se trabajó siguiendo el manual Osterwalder, Diseñando la propuesta de valor, el cual describe un modelo de negocios sobre el cual una empresa crea captando su valor. El lienzo de propuesta de valor (Value Proposition Canvas) es una herramienta visual que ayuda a posicionar el producto o servicio de la empresa alrededor de las necesidades de los clientes. El objetivo del lienzo de propuesta de valor es identificar cómo tu negocio proporciona valor dentro del mercado. (Osterwalder, 2014) La obra está estructurada en cuatro bloques: el lienzo, diseñar, aprobar y ejecutar. El mapa de valor es una descripción estructurada y detallada de las características de la propuesta de valor y el perfil del cliente describe de forma detallada el modelo de negocio

Para desarrollar el lienzo de la propuesta de valor, trabajamos con el perfil del cliente conociendo sus alegrías, frustraciones y trabajos. Priorizamos las tareas, las de trabajo de más importantes a menos significante, las frustraciones desde más

importantes a menos moderada, y las alegrías de la más esenciales a menos agradables a para armar la propuesta de valor. (Osterwalder, 2014)

Perfil de cliente

Resultados y beneficios

Alegrías necesarias:

- Enseñanza avalada.
- Enseñanza personalizada.
- Comodidad para estudiar desde casa.

Alegrías esperadas:

- No gastar mucho dinero.
- Clases fáciles de entender.

Alegrías deseadas:

- Estudio a mi ritmo y a mi tiempo.

Alegrías inesperadas:

- Manejo fácil de la plataforma.

Pág. 46 del Libro Diseñando la propuesta de valor.

Frustraciones del cliente

Actividades Funcionales:

Efectos secundarios:

- Aburrirse en las clases por zoom.

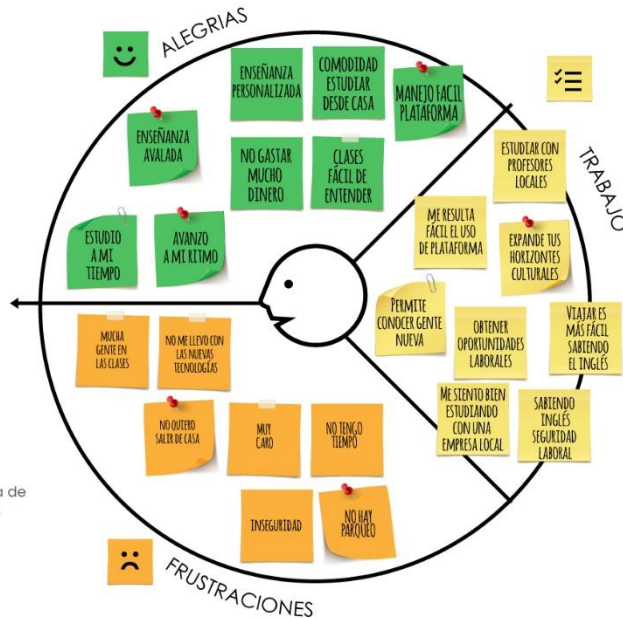
Obstáculos:

- No quiero salir de casa. (pandemia)
- Aprender inglés es muy caro.
- No tengo tiempo para ir a una academia de inglés, los horarios de trabajo me impiden.

Riego:

- No me llevo con las nuevas tecnologías.

Pág. 44 del Libro Diseñando la propuesta de valor.



TRABAJOS DE CLIENTES

Trabajos Funcionales:

- Me resulta fácil el uso de la plataforma.
- Estudiar me resulta comodo con profesores locales.

Trabajos sociales:

- Aprender inglés expande mis horizontes culturales
- Aprender inglés me permite conocer gente nueva
- Aprender inglés me permite obtener oportunidades laborales

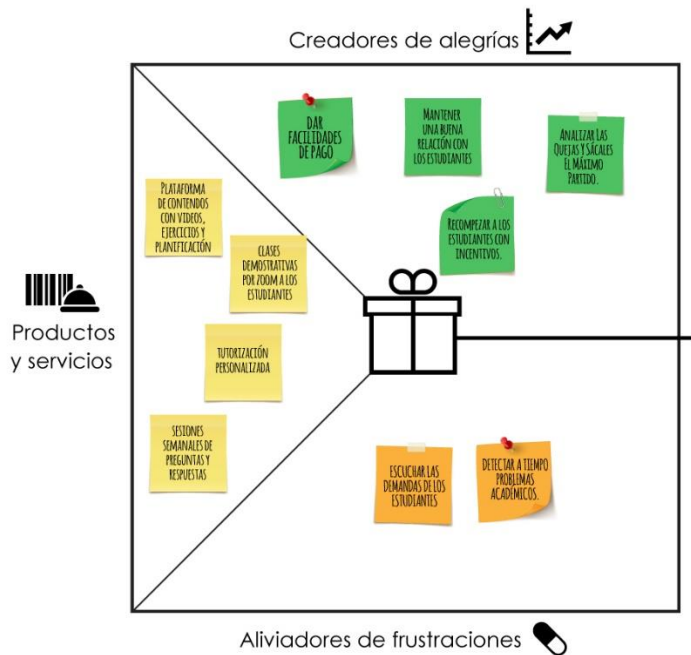
Trabajos personales emocionales:

- Saber inglés me facilita viajar al extranjero.
- Creo que me siento bien si estudio inglés con una empresa local.
- Sabiendo inglés me ayudaría a tener seguridad laboral.

Pág. 42 del Libro Diseñando la propuesta de valor.

Elaborado a partir de la publicación: Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando / Osterwalder, Alexander, Autor; Pigneur, Yves, Autor; Bernarda, Greg, Autor; Smith, Alan.

Propuesta de valor



Elaborado a partir de la publicación: Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando / Osterwalder, Alexander, Autor; Pigneur, Yves, Autor; Bernarda, Greg, Autor; Smith, Alan.

El lienzo del modelo de negocio



Business Model Canvas (lienzo de modelo de negocio),
 Esta plantilla de gestión estratégica resume e ilustra la información más importante de un modelo de negocio.

Insertamos la propuesta de valor en el modelo de negocio viable para la capturar el valor para la empresa. El lienzo del modelo de negocio es una herramienta que sirve para describir como crear, ofrecer y capturar el valor de la empresa. El lienzo del modelo de negocio y la propuesta de valor se integran permitiendo ampliar detalles de como crear valor para el cliente. Se centraron en el recurso humano (docentes) y plataforma (contenidos académicos), destendiendo su principal problema una correcta inversión publicitaria, sin planificar una estrategia de Marketing. Para arrancar determinamos el modelo de negocio. Escogimos para este el modelo freemium, el cual hace referencia a un sistema en el que se divide a los usuarios en dos niveles. Por un lado, estarán los del nivel gratuito (free) que serán aquellos que no pagan por usar las funcionalidades. El acceso a las funciones del producto será limitado. En este caso brindar unas clases gratuitas para que el usuario se familiarice con la plataforma con el sistema de estudio en línea, es decir lo básico es gratis, pero los extras tienen un precio. Pero lo que muestra este ejemplo es algo más que cómo una empresa planea monetizar su aplicación gratuita. Este modelo para freemium en la educación en línea, proporcionar la educación de forma gratuita, pero cobrar más adelante para seguir avanzando en los cursos y poder certificarse. A continuación, presentaré tres pasos sencillos para agendar una clase demostrativa.



Captura de REELS para redes, promocionando clases demostrativa gratis, además de examen de ubicación, utilizando modelo Freemium.

Ejemplo del modelo freemium para clases demostrativas gratuitas:

Agenda una clase gratuita por ZOOM con 3 pasos sencillos.

1. Escoge tu tutor
2. Elige el horario y seleccione “Continúe”
3. Provee sus datos de contacto.

Además de la clase demostrativa, se brinda un examen de ubicación gratuito: Los productos gratuitos siempre han sido y serán una propuesta de valor atractiva. Examen de ubicación gratuito posibilita la llamada de atención de potenciales clientes masivamente, atraídos estos por un este servicio gratuito que otras academias tendrían un costo.

Sin embargo, la opinión de los clientes durante el desarrollo de productos o servicios son parte integral del proceso de puesta en marcha ajustada y garantizan que la empresa no invierta tiempo en diseñar funciones o servicios que los consumidores no desean. (Ries, 2010) Esto se hace principalmente a través de dos procesos, utilizando indicadores clave de rendimiento y un proceso de implementación continuo. (Ries, 2015). Cuando una empresa nueva no puede permitirse que toda su inversión dependa del éxito de un solo producto o servicio, la metodología Lean Startup propone que al lanzar un producto mínimo viable que aún no está finalizado, la empresa puede hacer uso de los comentarios de los clientes para ayudar a adaptar aún más el producto o servicio a las necesidades específicas de sus clientes. (Ries, 2010 y 2015) esto se tomo encuesta para validar la propuesta de valor con tarjetas de prueba y de aprendizaje, realizando entrevistas, y observación. La metodología Lean startup

afirma que "no tiene nada que ver con la cantidad de dinero que recauda una empresa"; más bien tiene mucho que ver con evaluar las demandas específicas de los consumidores y cómo satisfacer esa demanda utilizando la menor cantidad de recursos posible.



Además, dentro de la propuesta analizamos aspectos éticos y legales considerados en el uso de tecnología Ley de Protección de datos La plataforma y los datos obtenidos en el sitio WEB seguirá todas las leyes específicas dentro de la "Ley de Protección de datos" del Ecuador y leyes de protección al consumidor. Al registrarse en la WEB para una clase demostrativa de inglés deben aceptar los términos y condiciones, las políticas de privacidad. Para mantener la privacidad de los usuarios, no se venderá ni usarán de ninguna manera los datos privados de los mismos fuera del App El objetivo de presentar esta información de forma clara, es para generar confianza con el cliente que su información es confidencial.

Caso 2. Casa de moda / Escuela de forex

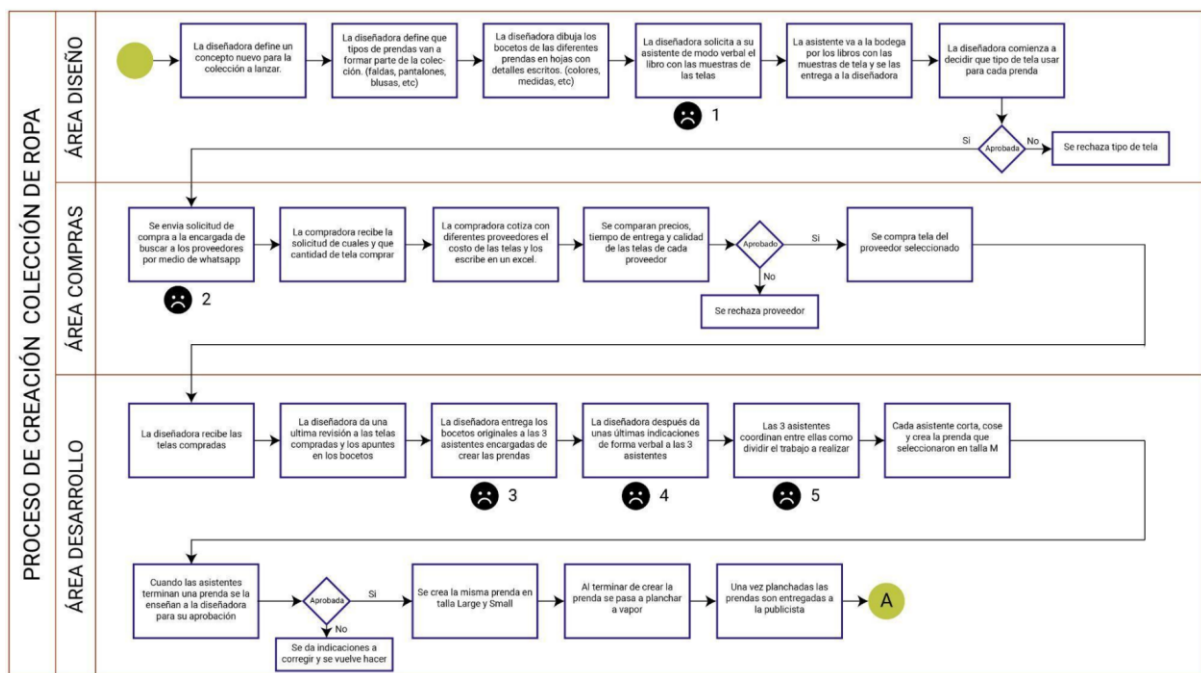
Casa de moda

En el segundo caso trabajamos con dos empresas, una casa de modas y una escuela de forex. Para la descripción del siguiente caso, en esta publicación decidimos omitir la identidad de la casa de moda, siendo que la información es reservada para la empresa, la información descrita no necesariamente cumple con todos los requisitos del secreto empresarial, por lo que describiremos un proceso en el área de elaboración de prendas para una colección de modas. La casa de moda es empresa comercializa prendas en el mercado nacional con distintas líneas de productos, cuenta con una línea de alta costura, otra para prendas para tiendas y mercados de gran tamaño, y una línea de fragancias la cual se comercializa en distintas casas comerciales a nivel nacional, y su portal de compras en línea. permitiéndole así desarrollar su marca, cuyas creaciones han recorrido el mundo se han exhibido en certámenes de belleza internacional.

De otra manera, para el lanzamiento de una nueva colección la diseñadora define el concepto de la nueva colección, definiendo los tipos de prenda que van a formar parte de la colección, se realizan los bocetos de las diferentes prendas en los que se detallan los colores y las medidas, se seleccionan las muestras de catálogos de telas. Luego, se envía una solicitud de compra a la encargada de búsqueda de proveedores, y la compradora recibe la solicitud, revisa las cantidades de los materiales a utilizar en la colección, luego de que se cotiza con diferentes tipos de proveedores y se compra con el proveedor seleccionado por la diseñadora.

Antes que nada, la diseñadora recibe las telas compradas, examinando los apuntes en los bocetos se realiza una última revisión de las telas. Los bocetos originales son entregados a las asistentes encargadas de crear las prendas, luego a diseñadora da las últimas indicaciones y se dividen entre las asistentes el trabajo, luego que las prendas que pasan la aprobación de la diseñadora son utilizadas para la colección y se realiza los patrones otras tallas del mismo diseño, al terminar pasan al área de planchado a vapor y son entregadas al publicista para armar la sesión de fotos de la colección.

A todo esto, un proceso de negocio es cualquier agrupamiento de actividades dentro de una organización que tiene como objetivo desarrollar y entregar productos o servicios al cliente. Conociendo este conjunto de actividades en el proceso para la nueva colección de una prenda, nos permite tener una notación gráfica, se basa en tres figuras por lo cual es simple, entendible y amigable. Proporciona un lenguaje claro y estandarizado para la representación grafica de los procesos, facilitando mediante un lenguaje claro y entendible a todos los usuarios del negocio, permitiendo una diagramación de principio a fin. (Freund, Rucker, & Hitpass, 2014) Un proceso de negocio a menudo puede ser visualizado como un diagrama de flujo de una secuencia de actividades como una matriz de proceso de una secuencia de actividades con reglas de relevancia basadas en datos en el proceso. (Kirchmer, 2017)



Al final, en el área de publicidad las prendas se reciben de acuerdo a las tallas, se contacta a las modelos de acuerdo al presupuesto asignado a esa colección, se coordina la fecha y la prueba de los vestuarios, la diseñadora evalúa las prendas usadas por cada modelo. Se contrata a la modelo para la sesión de fotos, terminada la sesión las imágenes son retocadas digitalmente por la publicista.

Antes que nada, las empresas necesitan estar seguras de que sus procesos de negocios se vuelvan más "maduros" en otras palabras, que entreguen un alto desempeño que se mantenga en el tiempo. Para lograrlo, deben desplegar dos tipos de elementos: facilitadores de proceso, que operan en los procesos individuales, y capacidades de empresa, que se aplican a organizaciones completas. (Hammer, 2007) Existen 5 facilitadores para el modelo de madurez de proceso y de empresa, diseño, ejecutores, responsables, infraestructura, e indicadores (Hammer, 2007)


Dicho sea de paso, la materia "Digitalización de Procesos" aborda las metodologías para analizar y mejorar procesos organizacionales aprovechando las tecnologías vigentes. El objetivo de cambiar y mejorar los procesos, no es simplemente la digitalización, se busca lograr una mayor eficiencia, productividad y rentabilidad organizacional, con una mayor satisfacción del cliente.

		P1	P2	P3	P4
DISEÑO	PROPÓSITO	Verde	Amarilla	Roja	Roja
	CONTEXTO	Verde	Verde	Amarilla	Roja
	DOCUMENTACIÓN	Amarilla	Roja	Roja	Verde
EJECUTORES	CONOCIMIENTO	Verde	Verde	Amarilla	Roja
	DESTREZAS	Amarilla	Verde	Roja	Roja
	CONDUCTA	Verde	Verde	Amarilla	Roja
RESPONSABLES	IDENTIDAD	Verde	Amarilla	Roja	Roja
	ACTIVIDADES	Amarilla	Roja	Roja	Roja
	AUTORIDAD	Verde	Verde	Amarilla	Roja
INFRAESTRUCTURA	SISTEMA DE INFORMACIÓN	Roja	Roja	Roja	Roja
	SISTEMA DE RECURSO HUMANOS	Verde	Amarilla	Roja	Roja
INDICADORES	DEFINICION	Verde	Amarilla	Roja	Roja
	USOS	Roja	Roja	Roja	Roja

■ Verde: del 100% a 80% correcta.
 ■ Amarilla: del 20% no es correcta.
 ■ Roja: en gran medida no es cierta.

Evaluación de madurez de los procesos. Niveles de fortaleza de P1 a P4

En este módulo llegamos a comprender la relevancia de la transformación digital y su conexión con el modelamiento de procesos. A como modelar un proceso desde el inicio hasta el final, determinando los proyectos que permitan el aprovechamiento de los recursos para la digitalización de los procesos. Armandando el flujo de proceso detectamos una serie de problemas los cuales enumeramos en un listado.

Listado de problemas detectados	Objetivos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Demora en la selección de telas para vestidos. 2. Demora de directrices para pedido de telas. 3. Se realizar la entrega de bocetos de vestidos. 4. La información se remite de forma incorrecta. 5. No hay delegación de responsabilidades. 6. No hay un comité de selección de fotos. 7. Demora en la revisión de las fotos. 8. Se retrasa el lanzamiento de la colección nueva. 	 <ol style="list-style-type: none"> 01 En el plazo de 72 horas tener el material listo para la elaboración de prendas. 02 Bajar al 10% el margen de error en el proceso de elaboración de prendas. 03 Solucionar un problema de producción en 24 horas plazo. 04 Tener la aprobación final de una prenda en un plazo de 24 horas.

A partir de los problemas detectados, planteamos los objetivos conociendo los objetivos estratégicos y los objetivos de proceso, siendo medibles y retadores. De esta forma podemos describir las actividades de mejora. La nueva estructura de Diamante Organizacional soporta el nuevo mapa de procesos, los proyectos que se deben de realizar se ejecutan en el nuevo mapa de proceso, aquí se implementan los pasos para cada proyecto. (Kovacevic & Reynoso, 2015)

Así tenemos, el diamante organizacional, está formado por tecnologías de la información, gente estructura y trabajo, sistemas administrativos, valores y cultura, y procesos. A partir del diamante organizacional se elabora la brecha estratégica, conociendo bien la situación actual y la situación futura, se construyen las acciones de mejora, de esta forma planificamos el mapa del camino para cerrar la brecha, obteniendo beneficios económicos, procesos efectivos y eficientes, satisfacción del cliente, y personal habilitado. Se señalan los responsables del proyecto y se define el horizonte de implantación.

Dentro de la propuesta de mejora para la casa de moda, proponemos implementar canales de comunicación formales, debido a que el flujo de información, aprobaciones, ajustes, es totalmente informal por lo que genera muchos retrasos en la producción de las prendas. Al implementar canales oficiales de comunicación se espera minimizar los problemas que retrasan la producción. También recomendamos implementar un Sistema ERP. La empresa no cuenta con un sistema integral de información por lo que es necesario dar más pasos para adquirir información de cualquier etapa de la producción. Las diferentes áreas de producción deben de contar con un sistema integrado para facilitar las comunicaciones y verificaciones y así poder

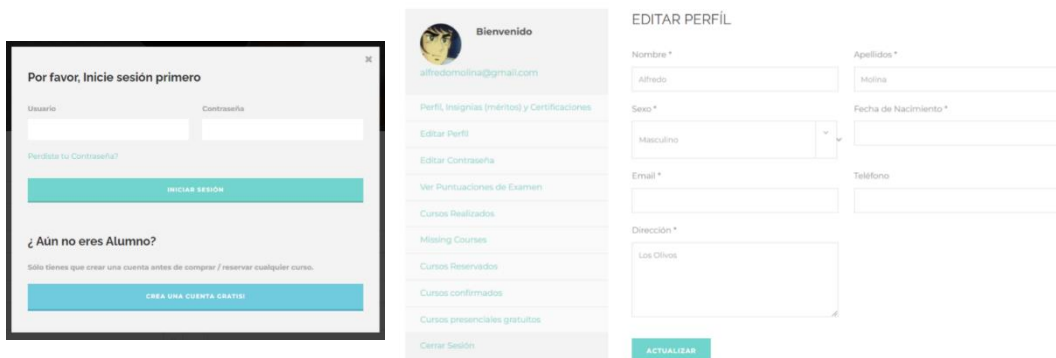
acortar tiempos de producción, el sistema ERP puede agilizar el intercambio de información en el sistema de diferentes áreas. Además, sugerimos implementar un sistema de digitalización de documentos. Un problema que retrasa la producción y afecta el trput es que los bocetos no están digitalizados, por lo que el acceso a esa información es solamente físico. Al digitalizar los bocetos y subirlos al sistema permite a todos las personas relacionadas al proceso tener acceso a la información de forma inmediata. Asignar el desarrollo de cada prenda acorde a la carga laboral y especialidad de cada asistente. Actualmente las asistentes dividen la carga laboral, y por lo general no de la manera más eficiente, es necesario tomar en cuenta las fortalezas de cada asistente para poder aprovechar al máximo sus capacidades de producción para lograr optimizar el trput.

Traderholics - Escuela de forex

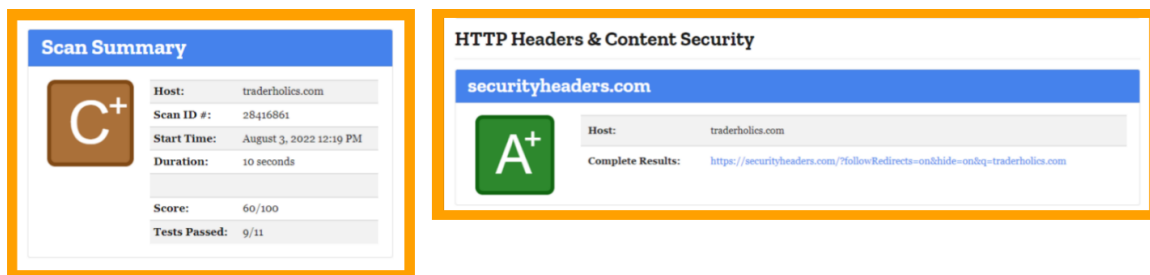
Parte de este segundo laboratorio trabajamos con la escuela de forex, Traderholics, es una plataforma de enseñanza trading en línea, mediante videos tutoriales y material dinámico, que incluyen animaciones, sliders, galerías interactivas, etc. Las clases son virtuales e interactivas mediante video llamadas por Zoom, los datos se guardan MySql y administrada con PhpMyAdmin en un servidor especial para Wordpress en Bluehost con respaldos secuenciales y conexión SSL. La plataforma está diseñada para las personas mayores de 18 años de habla hispana que deseen aprender ya sea como hobbies o carrera como realizar operaciones en el mercado de FOREX como un retail trader, enseñando y comprendiendo los riesgos que estos mismos llevan. Para acceder el estudiante debe de hacer un registro.

A todo esto, después de usar diferentes herramientas de evaluación de seguridad y riesgo como Mozilla Observatory y Incibe, se concluyó que el nivel de seguridad del proyecto es de nivel medio en términos de protocolos de seguridad con una puntuación de 48.8% en INCIBE y en riesgo alto en protocolos de manejo de la información web con una evaluación F en Mozilla Observatory, B en capas de transporte de información seguras y A++ en inmunidad web. En conclusión, contamos con seguridad adecuada pero mejorable en nuestros protocolos de seguridad estándar, respaldo de información, actualizaciones y manejo de la información (custodia) que se deben de mejorar para llegar a un puntaje más óptimo.

Sin embargo a pesar de que nuestra conexión con el sitio web está bajo el protocolo SSL, que el CMS tiene un componente básico de detección de ataques y protección a la base de datos, adicionalmente los respaldos semanales y el Hosting con un software antivirus y malware, nos hemos dado cuenta que estamos muy vulnerables por el medio web y no es suficiente para protegernos, debemos tener buenos protocolos de seguridad y tecnología que lo respalde y proteja, por eso se van a realizar las siguientes mejoras: Obteniendo una B en Transport Layer Security, y A en chequeo de dominio 81/100 y siendo no vulnerable todos los aspectos de seguridad de acuerdo al portal ImmuniWeb del cual se hizo el análisis. Al momento de inscribirse se van a requerir solo: correo electrónico, verificación de ser mayor de edad, nombre y nickname, la clave va a tener un control de fuerza de seguridad y el puntaje mínimo aceptable será de 80/100, con combinación de mayúsculas, minúsculas, símbolos y números, adicional 2 factor Authentication, sistema anti bot y anti spam, verificación de correos, y se mantendrá el acuerdo de confidencialidad y privacidad (revisado por un abogado experto en el tema).



Interfaz de la plataforma Tradeholics



Mejoras aplicadas de seguridad, varios Protocolos HTTP aplicados
Resultados: Nuevo score general (Se siguen aplicando cada día más)

Caso 3. Kcpacitec

Para el tercer caso de laboratorio, decidimos trabajar con la empresa KCPACITEC, es una escuela de capacitación y de certificación internacional de normas ISO, ITIL, COBIT, la cual brinda servicios de formación continua, certificación profesional y asesoría especializada para personas y organizaciones, en áreas importantes de desarrollo y crecimiento. Además, cuenta con instructores altamente calificados con formación profesional con grados mínimos de licenciatura o Ingeniería además de contar con maestrías en el ramo de las TI, adicional a su formación académica cuentan con certificaciones en diversos marcos de referencia como ITIL, COBIT, Gestión de Proyectos, Lean IT y estándares como ISO20000, ISO27000.

Pues bien, la empresa se originó como un DNVB (Digitally Native Vertical Brand), nace en el mundo online y se comercializa a través de su propio canal de comercio electrónico, vendiendo sus servicios directamente en sus redes sociales, ya que su principal interacción con los clientes es de forma digital, Dunn describió su enfoque como "maniáticamente centrado en la experiencia del cliente y en la interacción, las transacciones y la narración de historias a los consumidores." (Dunn, 2016)

En este caso la empresa cuenta con información disponible en su web sobre los cursos, además de lograr interacciones y comentarios en la sección del carrito de compras, al momento de la transacción el cliente tiene acceso a los comentarios de los consumidores, enriqueciendo la experiencia de la compra. En este momento la empresa maneja dos modelos: Business to Business B2B: venden directo a empresas por medio de

“La marca vertical nativa digital (DNVB) se centra maniáticamente en la experiencia del cliente. Su principal medio de interacción, transacción y narración de historias para los consumidores es a través de la web”.
— Andy Dunn

marketing directo a empresas por medio de marketing directo que compran varios cursos con precio especial para capacitar a sus colaboradores. Business to Customer B2C: venden directamente al usuario final por medio de Facebook/Instagram con un link de pago. El término empresa a consumidor (B2C) se refiere al proceso de venta de productos y servicios directamente entre una empresa y los consumidores que son los usuarios finales de sus productos o servicios. La mayoría de las empresas que venden directamente a los consumidores pueden denominarse empresas B2C. (Kenton, 2022)

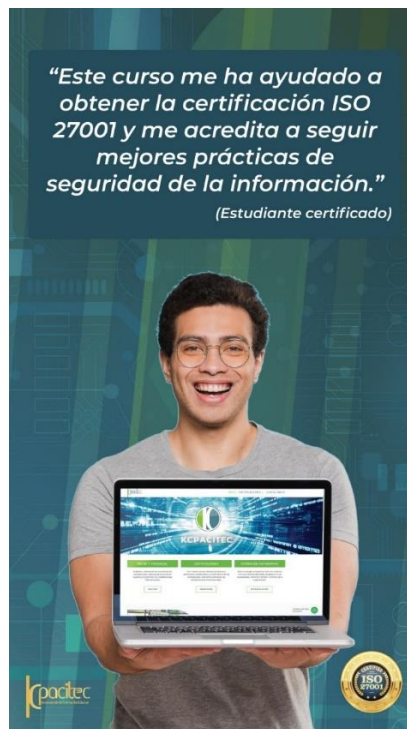
Sin embargo, la empresa ha estado dos años en estado de inactividad a causa de la pandemia, ahora retoma si ventas en línea de las diferentes capacitaciones que ofrecen, al estar tanto tiempo fuera del mercado, necesitan volver con fuerza, pero cuentan con un capital de inversión muy bajo en comparación con años anteriores. Se ha desarrollado una estrategia de pauta que se pueda implementar para impulsar las ventas de sus cursos. Se revisó el buyer persona⁷, las segmentaciones pasadas para este tipo de curso y se habló con el cliente para poder determinar la segmentación a usar.

También se tomó en cuenta el presupuesto disponible al momento de realizar la segmentación con un alcance estimado diario: 592 - 1,7 mil personas. Además, los usuarios buscan seguir a marcas que les aporten contenidos curiosos, interesantes o útiles, no leer una y otra vez las virtudes de un producto. Las mejores estrategias en redes sociales son las que potencian el engagement y la viralidad creando contenidos que los usuarios estén dispuestos a compartir (Humphrey, 2017) Así mismo, los artes y textos fueron creados a partir de las necesidades del cliente, artes previos que han demostrado buen desempeño y tomando en cuenta el tipo de pauta. El arte final fue aprobado por el cliente, y solicito que solo se haga una versión. Nuestros actuales clientes satisfechos son la mejor fuente de motivación para los clientes potenciales. Cuando nuestros antiguos clientes comparten sus experiencias sobre cómo el curso los ha ayudado, esto inspira a los nuevos clientes potenciales, impulsa la credibilidad de la marca e incrementa las ventas.

⁷ Buyer Persona en el diseño y marketing centrado en el usuario es un personaje ficticio creado para representar un tipo de usuario que podría usar un sitio, una marca o un producto de manera similar.



Diseño usado para redes sociales para vender el producto



También usamos testimonios en texto en publicidad, ya que es un enfoque efectivo para mejorar el CTR⁸ y las conversiones ya que las personas suelen confiar más en estos testimonios que en los anuncios.

⁸ CTR (Click Through Rate) es el número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones.

MODELO CANVAS DE LA EMPRESA



Pues bien, la empresa KCPACITEC vende cursos y capacitaciones con certificaciones internacionales en varios temas de ciberseguridad y normas ISO, ITIL, COBIT, etc. Los cursos son dados por medio de vía zoom con profesores capacitados. Se realizó un estudio de los precios de nuestra oferta académica en el mercado con el fin de mejorar la rentabilidad del propio e-commerce. Analizamos a la competencia directa y procesos de venta de las empresas para determinar que dentro del mercado que ellos manejan los cursos son aptos para un e-commerce aunque primero se debe de ganar la confianza de los usuarios.

De todos modos, en base a la experiencia de la empresa y lo que se pudo analizar, al usuario no le da confianza comprar el curso directamente desde la web, por lo que por el momento cuenta con un sitio web informativo con un ejecutivo de ventas que se asegura de ayudar a despejar cualquier duda al cliente y adicionalmente se cuenta con carrito de compras y link de compras que se entrega acceso una vez que el cliente está listo para pagar, por ese motivo actualmente el rebote del carrito de compras es menos del 5%. Kpacitec se encuentra creando un nuevo proceso de ventas y marketing para poder habilitar de forma más efectiva el e-commerce empezando por sus clientes recurrentes, hasta poder darle más uso al carrito de compras que tienen.

Descripción del proceso de contacto con el cliente y venta

Para las ventas del curso en línea.

Productos: curso y examen de norma ISO27001

1- Se pauta en redes sociales. (con estrategia de pauta, segmentado el buyer persona).

2- El interesado ve la publicidad en (Facebook, Instagram), llena un formulario para solicitar más Información.

3- Los datos nos llegan mediante Meta.

4- Nos contactamos por WhatsApp, y se le envía el brochure, con la información relacionada del curso, con los requisitos para hacer el curso y el examen de certificación, la descripción de la

competencias requeridas y descripción del trabajo, se le explica como es el proceso para la certificación, con los horarios de los cursos, y se le muestra todas las formas de pago que aceptamos (transferencia bancaria, pagos con tarjeta de crédito (aceptamos Visa, Mastercard y Diners Club), puede diferir sus pagos a de 3 a 6 meses sin intereses con tarjetas de crédito del Banco Pichincha, Banco Pacifico, BGR Banco General Rumiñahui y Diners Club.

También aceptamos cheques, pagos en efectivo.)

5.- Luego se le envía al cliente un link con el botón de pago para que realice la compra. (generalmente se le envía por WhatsApp, las empresas previamente piden una cotización y solicitan que el link se les envíe por correo electrónico para realizar el pago del curso.) Luego de efectuado el pago se envía una factura electrónica al correo del cliente.

Además, Kcpacitec mantiene todas las formas de pago existentes en el mercado, dinero en efectivo, tarjetas de débito y crédito, tarjetas prepago, cheques, transferencias bancarias. Puede diferir sus pagos a de 3 a 6 meses sin intereses con tarjetas de crédito del Banco Pichincha, Banco Pacifico, BGR Banco General Rumiñahui y Diners Club.

Sin embargo, en base a las necesidades del cliente, cuenta con una gama de productos no muy extensas (máximo se venden 10 cursos a la vez), como manejan



la información y venta se escogió la plataforma WORDPRESS (CMS gratuito) con la extensión de WOOCOMMERCE, que les permiten utilizar varias herramientas y plugins gratuitos de manera sencilla, no requiere fee mensual, cuenta con una variedad de templates gratuitos que pueden integrar y ya tienen experiencia manejando el CMS por lo que se adaptan muy bien al manejo de la información e implementación del carrito de compras. Los costos anuales son del hosting y dominio.

En cualquier caso, los cursos son dados por medio de clases en líneas, actualmente con la plataforma ZOOM que se implementa con otras herramientas pedagógicas para darle interactividad a la clase.

Canales de atención: Son las formas o los medios dispuestos para que los usuarios puedan acceder a los trámites y servicios prestados por la Institución, los mismos que pueden ser: a) Presenciales: Los usuarios interactúan personalmente con KCPACITEC en el punto de atención; b) Telefónicos: Posibilita la interacción con los usuarios en tiempo real en distintas partes del país; c) Virtual: A través de Tecnologías de la Información y Comunicación, en atención al usuario mayormente por nuestras redes sociales Facebook, Instagram, WhatsApp, vía correo electrónico y la página web. Leads: todos los leads que son adquiridos por medio de publicidad o directos, pasan a un embudo de ventas donde luego son divididos en diferentes pipelines acorde al estado (cliente potencial, cliente recurrente, nuevo cliente, etc.). Esto es importante porque, aunque no compre ahora un curso, el usuario ya queda guardado en la base de datos donde luego pasa a ser parte del público para las estrategias de re-marketing, consecuentemente si es ya un cliente nuevo o recurrente pasan a sus respectivas listas con precios o descuentos especiales de fidelidad. Ventas fijas: este KPI es sumamente importante para la empresa para medir los resultados finales de cada embudo de ventas, cuánto se vende por publicidad, por re marketing, por marketing directo. Cuántos cursos se vendieron de SCRUM, ISO, etc. Adicionalmente la empresa necesita saber cuánto fue el retorno de lo invertido para determinar qué medio les está dando más rentabilidad o pérdida y poder tomar decisiones estratégicas con datos sobre sus objetivos.

Sin embargo, cuando los visitantes dejan comentarios en la web, recopilamos los datos que se muestran en el formulario de comentarios, así como la dirección IP del

visitante y la cadena de agentes de usuario del navegador para ayudar a la detección de spam. Una cadena anónima creada a partir de tu dirección de correo electrónico (también llamada hash) puede ser proporcionada al servicio de Gravatar para ver si la estás usando. La política de privacidad del servicio Gravatar⁹ está disponible aquí: <https://automattic.com/privacy/>. Después de la aprobación de tu comentario, la imagen de tu perfil es visible para el público en el contexto de su comentario. Medios Si subes imágenes a la web deberías evitar subir imágenes con datos de ubicación (GPS EXIF) incluidos. Los visitantes de la web pueden descargar y extraer cualquier dato de localización de las imágenes de la web. Cookies: Si dejas un comentario en nuestro sitio puedes elegir guardar tu nombre, dirección de correo electrónico y web en cookies. Esto es para tu comodidad, para que no tengas que volver a rellenar tus datos cuando dejes otro comentario. Estas cookies tendrán una duración de un año. Si tienes una cuenta y te conectas a este sitio, instalaremos una cookie temporal para determinar si tu navegador acepta cookies. Esta cookie no contiene datos personales y se elimina al cerrar el navegador.

Dicho sea de paso, cuando inicias sesión, también instalaremos varias cookies para guardar tu información de inicio de sesión y tus opciones de visualización de pantalla. Las cookies de inicio de sesión duran dos días, y las cookies de opciones de pantalla duran un año. Si seleccionas «Recordarme», tu inicio de sesión perdurará durante dos semanas. Si sales de tu cuenta, las cookies de inicio de sesión se eliminarán. Si editas o publicas un artículo se guardará una cookie adicional en tu navegador. Esta cookie no incluye datos personales y simplemente indica el ID del artículo que acabas de editar. Caduca después de 1 día.

Formularios de Inscripción: Nuestro sitio web emplea la información con el fin de proporcionar el mejor servicio posible, particularmente para mantener un registro de usuarios, de pedidos en caso que aplique, y mejorar nuestros productos y servicios. Si acepto suscribirse al Newsletter, seran enviados correos electrónicos periódicamente a través de nuestro sitio con ofertas especiales, nuevos productos y otra información publicitaria que consideremos relevante para usted o que pueda

⁹ Gravatar potencia es una plataforma para potenciar el perfil público de una WEB, que será visible allá donde se publique, comente, e interactúe en línea.

brindarle algún beneficio, estos correos electrónicos serán enviados a la dirección que usted proporcione y podrán ser cancelados en cualquier momento. KCPACITEK está altamente comprometido para cumplir con el compromiso de mantener su información segura. Usamos los sistemas más avanzados y los actualizamos constantemente para asegurarnos que no exista ningún acceso no autorizado.

Recomendaciones del caso: Definir los buyers personas para los otros cursos que ofrecen y segmentar acorde (no usar la misma segmentación propuesta para todos los cursos). Revisar por lo menos una vez al mes el desempeño de las pautas activas y optimizar acorde sea necesario. Revisar Google Ads para pautar por ese medio acorde al User Intent adecuado. Incorporar más en el proceso al sitio web. Implementar una estrategia de SEO para objetivos a medio y largo plazo. Implementar el uso de un CRM como mínimo, preferible un ERP.

Conclusiones

Estamos en procesos de grandes cambios, considero que la digitalización ha venido para quedarse, ya no es cosa del futuro, está en el presente. A las empresas les cuesta ponerse en manos a la obra en este tema. La transformación digital, es el cambio o renovación de un negocio, de empresa o marca asociado de forma directa con la implementación de tecnología digital en todos los aspectos. De todo lo aprendido puedo destacar la digitalización de proceso, es fundamental en una empresa que sea tratado exquisitamente, en todos los aspectos. Todo lo que se pueda automatizar y el tiempo que le dedicamos a todas las tareas repetitivas es un poco tedioso, no nos podemos dedicar a pensar de que otras formas podemos hacer crecer nuestro negocio. Digitalizando todo vamos a llegar al dato correcto, vamos hacer que ese dato nos permita tomar decisiones adecuadas y muchísimo más rápidas, eliminando tareas que complican el proceso y que ampliaban la brecha del negocio. Mi vida va ser más sencilla, la comunicación fluye mucho más, entre todo lo que me rodea, voy a tomar decisiones mucho mas contrastadas y mucho mas rápidas.

En los tres casos de este ensayo las empresas emplean el uso de la tecnología para vender sus productos. Las empresas evolucionaron, utilizan la banda del internet para llegar a los hogares y oficinas, desde ese pequeño aparatito que tenemos todo el tiempo en la mano llamado SmartPhone. Lo que más resalto de los principales aprendizajes aprendidos, es el hecho de que siempre debemos de innovar, utilizando una metodología, un método, el método es la forma de emprender, posiblemente en unos años tengamos que aprender nuevos métodos. El mayor reto como profesional es estar dentro del ámbito digital, constantemente innovando, combinando lo que ofrecen las nuevas tecnologías para brindar al usuario más oportunidades de interactuar. Aprovechando las herramientas tecnológicas, una ayuda para poder optimizar nuestros procesos, no hace falta gastar miles de dólares en programas de software que tal vez jamás vayamos a utilizar, el proceso de transformación digital es paulatino. Como pequeños emprendedores de cualquier parte del mundo podemos hacer crecer nuestro negocio, desde crear una tienda virtual desde una plataforma sin conocimientos previos y con poco presupuesto.

Como recomendación final considero que tener presencia en internet es una pequeña parte de la transformación digital, es un comienzo, además de contar con el equipo

adecuado para trabajar, y que esté constantemente capacitado, conociendo como superar los nuevos desafíos de la empresa, y como estar protegido de un ciberataque.

Compartir una visión de futuro global es indispensable para tener éxito. Los usuarios ya no solo compran un producto, buscan una experiencia completa, las empresas que realmente entiendan esto y lo apliquen a su estrategia son las que más posibilidades de éxito van a tener. La tecnología debe ser el medio para acercarnos a los clientes, si la transformación digital solo te aleja de ellos, no tiene sentido implementarla. Los emprendedores que sean más proactivos, son los que tendrán más posibilidades de tener éxito, no importa si operas de menor a gran escala, la mentalidad es lo más importante, a veces sentimos cierto rechazo a los cambios, y esto no debería de ser así, hay una gran diferencia entre los negocios que incorporan tecnología y los que se transforman digitalmente, siempre va haber una nueva tendencia, una nueva tecnología, un nuevo software.

En lo profesional pienso que el momento perfecto para montar un negocio digital es ahora, la metodología aprendida en esta maestría me abre las puertas para abrir un modelo de negocio como el dropshipping, o la impresión bajo demanda, centrándome en un nicho específico y ofreciendo un servicio al cliente impecable. Actualmente soy un nómada digital, trabajo desde casa, vendo mis cursos y certificaciones ISO en línea con la empresa Kcpacitec, también como freelance ofrezco mis servicios como creador de contenidos, community manager, brindo atención al cliente por WhatsApp, además de editar videos y realizar diseño gráfico. Estas nuevas tecnologías aprendidas me permiten viajar, estudiar en línea, y llevar a cabo un estilo de vida nómada.

De nuevo, lo importante es adaptarnos al cambio, solamente las empresas que se transformen digitalmente a fondo son las que tendrán éxito. La transformación digital va más allá de una estrategia o método, es un plan de acción a largo plazo basado en la tecnología, como lo dije anteriormente, posiblemente en unos años tengamos que aprender nuevos métodos, tal vez los métodos aprendidos en esta maestría queden obsoletos en algunos años, y surjan nuevos, lo importante es siempre adaptarnos al cambio e innovar.

Bibliografía

- Cirlot, L. (2007). *Arte, arquitectura y sociedad digital*. Barcelona : Edicions Universitat Barcelona.
- Dunn, A. (9 de mayo de 2016). *Medium*. Obtenido de Medium:
<https://dunn.medium.com/digitally-native-vertical-brands-b26a26f2cf83>
- Freund, J., Rucker, B., & Hitpass, B. (2014). *BPMN 2.0 Manual de Referencia y Guía Práctica* . Santiago de Chile: Empresas Dimacofi. Obtenido de
https://www.academia.edu/17474893/BPMN_2_0_Manual_de_Referencia_y_Gu%C3%ADa_Pr%C3%A1ctica_Spanish_Edition
- Hammer, M. (2007). La auditoría de proceso. *Harvard Business Review*, 114 a 120.
- Humphrey, A. (2017). *Personas de usuario y perfiles de redes sociales*. Adelaida.
- Kenton, W. (20 de marzo de 2022). *B2C: How Business-to-Consumer Sales Works, 5 Types and Examples*. Obtenido de Investopedia:
<https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp>
- Kirchmer, M. (2017). *High Performance Through Business Process Management: Strategy Execution in a Digital World (en inglés)*. Philadelphia, USA: Springer. Obtenido de
https://books.google.com.ar/books?id=Nz1RDgAAQBAJ&pg=PA3&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Kovacevic, A., & Reynoso, A. (2015). *El Diamante de la excelencia Organizacional*. México. Obtenido de
https://issuu.com/cengagelatam/docs/kovacevic_diamante
- L'Huillier, G. (2020). *Estrategias de transformación digital*. Lima: Conecta.
- Osterwalder, A. (2014). *Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*.
- Phalen, S. (2022). *El Emprendedor de Éxito. Desarrolla una mentalidad correcta para crear un negocio digital exitoso*.
- Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México D.F.
- Revella, A. (2015). *Buyer Personas: How to Gain Insight into your Customer's Expectations, Align your Marketing Strategies, and Win More Business*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Ries, E. (20 de Mayo de 2010). Philosophy Helps Start-Ups Move Faster. (P.-W. Tam, Entrevistador) Nueva York, Estados Unidos: The Wall Street Journal. Obtenido de The Wall Street Journal:
<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704635204575242543105830072>
- Ries, E. (4 de Junio de 2015). Ideas are overrated: startup guru Eric Ries' radical new theory. (C. Adler, Entrevistador) Wired. Obtenido de
<https://www.wired.com/2011/08/st-qareis/>
- Robben, J. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: Identifique y optimice su ventaja*.
- Schneider. (2013). *Comercio electrónico*. México: Cengage Learning.
- Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial España. .
- Trabado, M. Á. (2020). *Transformación digital : la nueva estrategia empresarial del siglo XXI* .

Anexos