



## **Maestría en Negocios Digitales**

Trabajo de titulación

Modalidad Examen complejo – portafolio de proyectos de aplicación profesional

Ensayo reflexivo sobre estrategias de transformación digital aplicadas a tres casos prácticos del Ecuador durante el año 2022

**SERGIO RAFAEL AROSEMENA ESPINOZA**

Trabajo final para la obtención del título de Máster en Negocios Digitales

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

**DICIEMBRE - 2022**

## CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>2. DESARROLLO.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 DISEÑO DE PRODUCTO Y SERVICIO PARA ENTORNOS DIGITALES .....</b>	<b>6</b>
2.1.1 SMART SHIPPING .....	6
2.1.2 Herramientas .....	7
2.1.3 Ideas Principales .....	8
2.1.4 Desafíos y Aprendizajes .....	9
<b>2.2 TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS.....</b>	<b>9</b>
2.2.1 LIFE FOOD PRODUCTS.....	9
2.2.2 Herramientas .....	9
2.2.3 Ideas Principales .....	10
2.2.4 Desafíos y Aprendizajes .....	10
<b>2.3 MARKETING DIGITAL .....</b>	<b>11</b>
2.3.1 GEEK STORE .....	11
2.3.2 Herramientas .....	11
2.3.3 Ideas Principales .....	12
2.3.4 Desafíos y Aprendizajes .....	12
<b>CIERRE.....</b>	<b>13</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>15</b>
<b>ANEXOS DE LOS PROYECTOS .....</b>	<b>16</b>
A. Smart Shipping .....	16
B. Life Food Products .....	16
C. GeekStore .....	17
<b>TRABAJO DE LABORATORIO.....</b>	<b>18</b>
1. Trabajo de Laboratorio I .....	18
2. Trabajo de Laboratorio II.....	18
3. Trabajo de Laboratorio III.....	18

## 1. INTRODUCCIÓN

Durante este período lectivo de la maestría en Negocios Digitales en la Universidad Casa Grande se desarrolló 3 proyectos importantes e innovadores que serían una gran oportunidad de estrategias en el mercado ecuatoriano a nivel nacional. Es por esto que cada proyecto cumplió con su respectiva propuesta y destrezas para alcanzar la necesidad del consumidor y éxito en ella.

El primer proyecto consistió en el ‘‘ Modelo de negocio para implementación de servicio de entrega internacional de encargo por medio de una aplicación móvil’’. Se creó una app móvil llamada ‘‘ Smart Shipping’’ que coordina la entrega de mercadería desde Estados Unidos a Ecuador. Su problemática va dirigido con un propósito de que la aplicación se haga reconocer en el mercado marcando la diferencia de los demás servicios de courier debido a que por lo general lo ofrecen personas de un mismo círculo social ( familia y cercanos ), por ende la finalidad es que las personas tomen como iniciativa evaluar el factor precio de los bienes que requieren entre el país ofertante y el mercado local obteniendo su producto con garantía, seguridad y negociación del producto que requiera el cliente.

El proceso de desarrollo de esta aplicación fue con la finalidad de establecer una nueva estrategia para el mercado local, con el propósito de que las personas tengan la facilidad de comprar productos en el exterior obteniendo una garantía de envío hasta que llegue a sus manos negociando el valor de envío del producto, es decir nuestra app no mantiene un valor específico de precio por libra o fracción de productos como generalmente trabajan los servicios de courriers, ofreciendo el respaldo de envío y que llegue en buen estado sino que el precio se negocia el precio en la aplicación antes de la traída del producto. La necesidad de crear este proyecto tiene una finalidad de facilitar el servicio de compras internacionales mediante una aplicación que facilita el proceso realizando el envío por este medio y obtener el producto en una fecha estimada de mínimo 1 semana

de espera ya que contamos con algunos courriers que viajan semanalmente para evitar la demora de entrega de pedidos. Se contó presupuesto para hacer publicidad en redes sociales mencionando el servicio de como tal y ofreciendo asesoramientos gratuitos del tutorial de cómo usar nuestra app.

El segundo proyecto consiste en la ‘’ TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE PROCESOS’’. Life Food Products es una empresa de fabricación integrada especializada en la producción de snacks y alimentos congelados precocinados, a base de plátano y yuca que necesita la transformación de digitalización en los procesos de control de la empresa y de la elaboración de los alimentos. Life Food Products mantiene una problemática debido a que los reportes y la validación de las producciones se encuentran demoradas por la falta de comunicación entre los departamentos de ventas, contabilidad y producción, lo que ocasiona que la capacidad de producción sea al 50% debido a que no cumplen con las ventas mensuales establecidas.

Con respecto a la síntesis se implementó el uso de la página web de la empresa para ventas llamada [www.chifletones.com](http://www.chifletones.com) el cual se ajusta a la idea ofrecer a la empresa un nuevo canal de comercialización, promoción, venta de productos y servicios vía web, brindándoles la oportunidad de adentrarse en el mundo del comercio electrónico. Una vez establecida la página web, se implementa el uso del sistema ‘’CRM’’ que consiste en un software unificado para uso en el área de producción, bodegas, ventas y elaboración de alimentos, a esto nos referimos que gracias a este sistema podemos lograr mantener los reportes a tiempo real lo que nos solventaría de que la producción sea más eficiente y conlleva al aumento de ventas. Una vez que, laborando con el sistema de CRM mantenemos la capacidad de producción al 100%. Dentro de nuestra organización una de

las prioridades esenciales será la alta comunicación con nuestros clientes para cumplir con esta promesa entablaremos una relación directa con nuestros clientes.

Finalmente se encuentra el tercer proyecto denominado GeekStore es una empresa Ecuatoriana que ofrece productos de colección de series animadas, caricaturas vintage, muñecos de videojuegos, personajes de películas, etc. Esta empresa es orientada para los aficionados a los productos de colección o coleccionista de la cultura pop. Geekstore tiene su problemática inicial relacionados con los productos de decoración en interiores, es decir mantiene un bajo porcentaje de ventas con respecto a almohadas tapizadas de la colección de preferencia.

Para Geekstore se planteó una síntesis innovadora abarcando el social media contratando a influencers y estrategia de publicidad digital aplicando las adds de todas las plataformas más relevantes a nivel nacional, con esto podemos ampliar el reconocimiento de marca y aumentando la ventas de la empresa, enfocándonos en la venta directa de las almohadas como decoraciones de hogar.

## 2. DESARROLLO

### 2.1 DISEÑO DE PRODUCTO Y SERVICIO PARA ENTORNOS DIGITALES

#### 2.1.1 SMART SHIPPING

Smart Shipping es una aplicación que fue creada con el propósito de beneficiar a los consumidores de adquirir sus productos de importación ( Estados Unidos ) con facilidad de compra, entrega y método de pago.

La relevancia para este proyecto tuvo la finalidad de crecer y tener potencial debido a la pandemia que existió en el 2020, debido que, como sabemos existieron restricciones para todo tipo de compras ( alimentación, servicios, etc ) y el peligro que nos arriesgábamos al exponernos para adquirir nuestras necesidades, de hecho muchos emprendimientos no resultaron por falta de stock de productos que eran importados debido a las restricciones de vuelos e incluso de equipaje. Para la solución de la pandemia fue el cambio brusco de las compras digitales. El crecimiento de las compras por vía web fue en donde empezó a crecer nuevamente los emprendimientos y servicios, la facilidad de poder adquirir un producto por medio de una app llegaba a la puerta de su hogar con un costo de envío adicional.

En Ecuador, 780 000 hogares realizan sus compras a través del comercio electrónico. Así se informó en el webinar de la consultora Kantar denominado Una visión del nuevo shopper para el crecimiento de América Latina. La empresa explicó que las compras en línea son todos aquellos procesos que se hacen a través de aplicaciones, sitios de Internet o WhatsApp (Guamán, Ruvera, Vivar, & Lapo, 2021)

La aplicación Smart Shipping nació de la idea para crecer y solventarse por medio de personas online que requieran de productos importados, le otorgamos una facilidad de compras, entregas y recargo de un producto por medio de un medio digital.

Para los autores (Mason, Narcum, & Mason, 2021) menciona que ‘‘Antes del COVID-19, los consumidores solían abordar su riesgo percibido buscando la validación del producto en la familia, los amigos, los expertos percibidos y los líderes de opinión. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 ha restringido la capacidad de los consumidores para contactar directamente con sus influyentes sociales. Afortunadamente, las plataformas de los medios sociales permiten a los consumidores interactuar con un mayor número de ellos sin necesidad de establecer un contacto físico’’

### 2.1.2 Herramientas

Las herramientas principales que usó este proyecto fueron:

- Tendencia de mercado: Hoy en día se conoce la facilidad de adquirir lo que necesitamos con tan sólo el uso de nuestro móvil o laptop, puesto que la pandemia obligó al ser humano a usar estas herramientas para obtener lo que necesitaba. En la pandemia surgió el tema del aforo mínimo de personas para realizar alguna compra en un local, por esta razón existían largas filas para poder abastecerse en los hogares. También, nos cuidábamos desde casa y para no perjudicar nuestra salud implementamos la opción de comprar por las apps de las empresas, así fue crecimiento los medios digitales de cada empresa y de esto nacen los nuevos emprendimientos online que los mantenemos hasta la actualidad, de hecho siguen creciendo grandes empresas gracias a los medios digitales.

De acuerdo con (García, 2020) en El Universo menciona un cuadro con estadísticas del informe ‘‘Estado Digital Ecuador 2020’’ presentado en enero, el país cuenta con un 80% de usuarios con acceso a internet, el 33% está concentrado en Quito y Guayaquil y el 63% del total son mayores de 24 años, quienes registran el 92% de

ingreso e interacción en redes sociales, de las cuales, Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger mantienen el liderazgo con 13 millones de usuarios integrados

- Segmento de mercados: Dentro de la app de Smart Shipping se clasificó de 2 formas, la primera fue de los viajeros, estas personas son las encargadas de viajar a Estados Unidos para comprar los productos que se encuentren en la canasta de compras de la app de cada comprador, luego de comprar los productos vuelve a Ecuador y ofrece el servicio de entrega quedando de acuerdo con el precio de los productos de los compradores. Y el segundo fue de los compradores que son las personas que usan nuestra app para adquirir los productos que ellos requieran.

### 2.1.3 Ideas Principales

Dentro de este proyecto desarrollamos 3 ideas principales claves para que nuestra app tenga un éxito a nivel nacional. El primer punto principal fue el desarrollo de la actualidad del uso de los medios digitales en cualquier rango de edad, enfocandonos en edades de 18-50 años como beneficio del uso de nuestra app sin dificultad. La segunda idea principal fue crear vínculos en nuestra comunidad para generar su confianza y seguridad de la compra que vaya a realizar y finalmente como tercer idea principal fue brindar un acuerdo del valor de la traída del producto con el comprador, ya que no trabajamos con un precio exacto por libra o fracción por el servicio de courier.

Para el autor (Olamendi, 2013) menciona que las tendencias actuales del marketing intentan atraer al cliente desde el plano emocional, superando a la logica racional, las nuevas experiencias sentimentales con la ayuda de una estudiada comercializacion de las emociones venden más que el mismo producto



#### 2.1.4 Desafíos y Aprendizajes

En el proceso de la creación de Smart Shipping se presentaron algunas dificultades como la falta de recursos para poder crear la aplicación y pueda ser colocada en app store y la tienda android debido que estas tiendas mantienen una cláusula y puntos que deben de cumplir las apps para ser aprobadas, lo pudimos resolver gracias a la orientación de un experto en apps que nos brindó un formato que cumple con lo que pide Apple y Android para que Smart Shipping sea aprobada. También se presentó otro malestar debido a que el gobierno está colocando nuevas leyes internacionales como límites de productos a importar por persona, es decir nos perjudica por el límite de productos que debemos de regirnos para no ser perjudicados en migración pero la solución fue abastecernos de un grupo de viajeros para no preocuparnos de los límites que ingresan a Ecuador sin necesidad de ser multados.

## 2.2 TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS

### 2.2.1 LIFE FOOD PRODUCTS

La empresa nacional Life Food Product encargaba de la fabricación integrada especializada en la producción de snacks y alimentos congelados precocinados, a base de plátano y yuca y la exportación de sus productos mantiene un método de trabajo muy desactualizado con lo que se requiere en una empresa grande en la actualidad. Life Food Products requiere de la implementación de medios digitales para lograr mantenernos en tiempo real con los departamentos de ventas, contabilidad y producción, con todos estos ítems la empresa se mantiene organizada en su proceso de reporte y validación de producciones.

### 2.2.2 Herramientas

Las herramientas implementadas en Life Food Products fueron los siguientes:

- Página Web funcional: Se creó una página web denominada [www.chifletones.com](http://www.chifletones.com) para incrementar las ventas de la empresa, de esta manera se ofrece la diversidad de productos en stock en la página y su tiempo de llegada del envío, ofreciendo métodos de pago (transferencia o tarjeta de débito/credito mediante payphone).
- Sistema CRM: El Sistema CRM es un software unificado usada en varias empresas multinacionales que funciona para el uso de las diferentes áreas de la empresa, en este caso Life Food Products implementará el uso del CRM para el área de producción, bodegas, ventas y elaboración de alimentos para mantener reportes a tiempo real y esto nos solventaría que la producción sea más eficiente.

### 2.2.3 Ideas Principales

Dentro de las ideas principales de Life Food Products como primera idea principal y clave para desarrollar el proyecto fue que la empresa no se encuentra actualizada en el sistema que usan para resolver inconvenientes o procesos de elaboración de alimento debido al papeleo que no llega a tiempo a sus diferentes departamentos. Como segunda idea principal fue incrementar las ventas mediante la creación de una página web que ofrece los productos que se elaboran dentro de Life y como ultima idea principal fue implementar un sistema de software a toda la empresa para mantener una mejor funcionalidad en tiempo real de los departamentos de la empresa.

### 2.2.4 Desafíos y Aprendizajes

Los desafíos presentados en este proyecto fue encontrar el sistema software indicado para la empresa, que cumpla con todas las necesidades que requiera para lograr la mejoría de la empresa en su totalidad, se necesitaba que se valide y asegurarnos de que sea compatible con los diferentes departamentos de la empresa y se pueda manejar con facilidad para que la inducción de los trabajadores de “ cómo funciona el software en los departamentos de ventas, producción, fabricación de alimentos “ no sea compleja,

lo solucionamos contratando a un empleado de la empresa CRM para brindar una inducción a los empleados de Life Food Products de la función del software. Otro desafío que se presentó fue al momento de crear la página web, ya que como la empresa no mantenía actualizado ciertos productos no teníamos conocimiento de lo que se encontraba en stock, la solución fue realizar un inventario de lo que se encontraba en stock para poder colocar los productos disponibles en la página web.

## 2.3 MARKETING DIGITAL

### 2.3.1 GEEK STORE

La tienda Geekstore ofrece mercadería de colección y accesorios para uso personal, no son de consumo masivo están orientados a un público específico que con su afán de ampliar sus colecciones y con estrategias de marketing orientadas podemos convertir a este cliente en recurrente. Entre los productos que tiene mayor venta son los Funko Pop y figuras de acción coleccionables pero existen productos con menor rotación que son las almohadas temáticas lo que mantiene la preocupación de que no sea un producto con alta demanda como los demás.

Según los autores (Asamoah, Agyei, & Ashun, 2020) Las redes sirven para vender en Internet, pero lanzarte sin un plan no garantiza hacer negocios (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Google Plus, Snapchat o YouTube), no pueden aumentar tus ventas por sí solas. Las plataformas sociales son clave en una estrategia de marketing digital para encender las ventas de las pymes. Es que la difusión de contenidos y la “publicidad” de las plataformas sociales son una de las herramientas más poderosas para generar nuevas oportunidades de ventas

### 2.3.2 Herramientas

Las herramientas que usó este proyecto fueron:

- Publicidad digital: Implementando el pago de google ads y meta ads con la finalidad promocionar en diferentes sectores de guayaquil para llegar a la atención del consumidor y darle a conocer del producto que puede ser usado para diferentes situaciones ya sea para decoración en el hogar o como obsequio para algún evento.
- Marketing de influencers: Contratando a los influencers nos ayuda a promocionar nuestros productos en sus redes sociales que constan con más de 5k de seguidores que pueden generar interés de las almohadas que pueden conllevar a la compra final del producto.

### 2.3.3 Ideas Principales

Las ideas principales de este proyecto fue como primer idea principal la poca rotación de las almohadas que ofrece Geekstore tanto en su tienda física como en su tienda virtual. La segunda idea principal fue implementar las estrategias de marketing para mantener opciones de dar a conocer el producto o que el producto llegue hacia la vista del consumidor. La tercera idea principal fue usar las herramientas necesarias para incrementar las ventas de las almohadas.

### 2.3.4 Desafíos y Aprendizajes

Geekstore presentó un solo desafío y fue el encontrar al influencer indicado para contratarlo y que nos otorgue una publicidad garantizada a la tienda, puesto a que los que buscábamos no cumplían nuestras expectativas o el valor a cobrarnos era muy elevado, la solución fue que encontramos a un influencer accesible que de hecho se ofreció a realizar una publicidad muy buena a cambio de un canje ( un funko a su elección)

## CIERRE

El desarrollo de cada uno de los proyectos durante la maestría de Negocios digitales en la Universidad Casa Grande cooperó en las posibles soluciones de inconvenientes que pueden existir en la actualidad en algunas empresas del Ecuador,

Un punto de suma importancia que debemos destacar es que el marketing digital es lo más relevante y actualmente necesario para mantener a una empresa innovadora con ideas tecnológicas y estratégicas que contribuya al crecimiento de la marca y de esta forma también que se mantenga actualizada. Esta herramienta aparte de ser un aporte también sirve para potenciar a la imagen de la marca debido a que, constantemente se mantiene implementando recursos y atributos para evitar posibles errores que puedan afectar a los medios de comunicación y a la empresa.

Considerando de lo aprendido en estos proyectos, sería de mucha gratitud compartir mi aprendizaje a otros profesionales por medio de una capacitación o una posible conferencia dialogando acerca de las estrategias y destrezas que implementaríamos durante las situaciones inoportunas que puedan presentar las empresas. Mediante un modelo CANVAS y planes estratégicos generalizados podría llegar a capacitar a muchas personas para de esta forma lograr cambiar la visión del funcionamiento del marketing digital asociado a una empresa.

Como recomendación final para todas las empresas y emprendedores que busquen la transformación digital en sus negocios es, no tener miedo y confiar en el proceso. Muchas empresas no han aplicado la transformación digital por miedo de pérdidas económicas en el proceso de invertir en lo digital y no ver resultados. Pero recalcando que estamos en una época que debido a la pandemia que pasamos, todo se volvió entorno a lo digital, por ende el ser humano es automáticamente una persona online, ya sea en lo laboral o en sus tiempos libres siempre el consumidor dedica varios tramos del día para observar productos en plataformas digitales de su interés. Sea o no

que se efectue una compra, ya existe visitas dentro de las páginas lo cual es un gran avance ya que la empresa se da de conocer por medio de lo digital. La confianza y seguridad es lo primordial porque de esta manera nos motivamos psicológicamente de que la proyección tiene sus frutos gracias a la tecnología con la que nos movemos hoy en día. El marketing digital se ha vuelto indispensable para todo tipo de servicios, ya sean médicos, alimentación, hogar, tecnología, restaurantes, courriers, etc. y esto logra la amplificar la visualización del consumidor al momento de adquirir un producto de su interés. Por esta razón los emprendedores y empresas deben aplicar esta herramienta y confiar en el proceso de crecimiento de sus negocios.

## REFERENCIAS

- Hudders, L., Jans, S. D., & Veirman, M. D. (2020). *The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers*. *Internationa*. Obtenido de TANDFONLINE: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02650487.2020.1836925?journalCode=rina20>
- Amin, H. J. (7 de Avruk de 2021). *INFLUENCE OF MARKETING STRATEGIAS ON THE PERFORMANCE OF SMES: Evidence from Abuja SMEs*. Obtenido de Papers SSRN: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3813282](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3813282)
- Guamán, C. R., Ruvera, D. P., Vivar, S. A., & Lapo, E. V. (mayo de 2021). *TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA COMERCIALIZACIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES*. Obtenido de Scielo: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-484.pdf>
- Kotler, A. (2008). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- Selman. (1 de febrero de 2017). *Marketing Digital*. Obtenido de Ibukku: [https://ibukku.com/products/marketing-digital?\\_pos=1&\\_sid=2c49f7df4&\\_ss=r](https://ibukku.com/products/marketing-digital?_pos=1&_sid=2c49f7df4&_ss=r)
- Asamoah, D., Agyei, B. O., & Ashun, E. (2020). SOCIAL NETWORK RELATIONSHIP, SUPPLY CHAIN RESILIENCE AND CUSTOMER-ORIENTED PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN A DEVELOPING ECONOMY. *Benchmarking: An international Journal*.
- Olamendi. (2013). *Escuela de Negocio y Tecnología*. Obtenido de Esteno Online: [www.estenoonline.com/datos/articulos/archivo20.pdf](http://www.estenoonline.com/datos/articulos/archivo20.pdf)
- García, F. (2020). *En Ecuador ha aumentado la demanda de internet y el consumo de contenido debido al aislamiento*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/06/29/nota/7888932/ecuador-ha-aumentado-demanda-internet-consumo-contenido-debido>
- Mason, A., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after Covid-19. *Cogent Business&Management*. Obtenido de Cogent Business Management: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2020.1870797>

## ANEXOS DE LOS PROYECTOS

### A. Smart Shipping



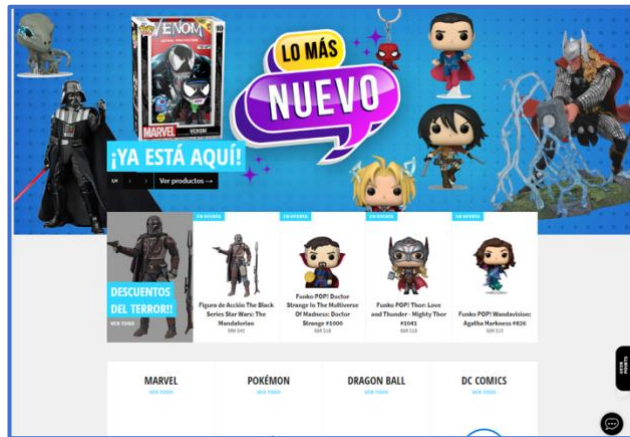
Socios Claves	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con Cliente	Segmento de Mercado
Viajeros. Inversionista. Plataformas de Pago.	Desarrollo de Plataforma Tecnológica y Soporte.  Crear y administrar red de viajeros que estén dispuestos a traer encargos.  Marketing.	Compradores: - Realizar compras seguras en el extranjero (EEUU). - No necesitar dirección fija en el extranjero. - Asesoría.  Viajeros: - Ganar dinero adicional. - No limitar es servicios solo a amigos o familiares. - Asesoría.	Plataforma tecnológica.  Redes Sociales.  Canales  Aplicación Móvil.	Compradores: - Personas que desean comprar productos no disponibles en el mercado local.  Viajeros: - Personas que brindan el servicio de compras por encargos.
Estructura de Costos		Fuente de Ingresos		
Infraestructura Tecnológica. Comisiones por pagos on-line. Empleados. Marketing.		Comisión por servicio efectuado.		

### B. Life Food Products





### C. GeekStore



## TRABAJO DE LABORATORIO

### 1. Trabajo de Laboratorio I

<https://drive.google.com/file/d/1ziHzWLW0tMu3y7epcSYvF4WRZrCE5Wbo/view>

### 2. Trabajo de Laboratorio II

<https://docs.google.com/file/d/1rm1nv5vMV4dE6PNTZcg804Ud8pzuOeq4/edit?filetype=mspresentation>

### 3. Trabajo de Laboratorio III

[https://drive.google.com/file/d/1v6aDLg2WrsIs\\_D89WBJL3SD7Pop7P9Jj/view](https://drive.google.com/file/d/1v6aDLg2WrsIs_D89WBJL3SD7Pop7P9Jj/view)