



## **Maestría en Negocios Digitales**

Trabajo de titulación

Modalidad Examen Complexivo – Portafolio de Proyectos de Aplicación  
Profesional

Ensayo reflexivo sobre estrategias de transformación digital  
aplicadas a los tres laboratorios

Nombre completo del estudiante:  
Kirk Adol Mazzini Aguirre

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

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

Enero 2023

## Tabla de contenido

Introducción .....	3
Caso 1 : AboApp .....	4
Proceso .....	5
Aprendizajes del caso .....	6
Caso 2: Macrogram .....	7
Proceso .....	7
Aprendizajes del caso .....	8
Caso 3: Macrobill.....	9
Proceso .....	9
Aprendizajes del caso .....	10
Conclusiones .....	10
Bibliografía .....	11
<b>Anexos.....</b>	<b>12</b>
Laboratorio 1: AboApp.....	12
Laboratorio 2: Transformación digital de procesos .....	29
Laboratorio 3: Plan de Marketing Digital .....	40

## Introducción

La tecnología avanza día a día de forma acelerada, es por eso que la sociedad actual demanda un mayor conocimiento en temas relacionados con la tecnologías, medios digitales y modelos de negocios desarrollados en plataformas electrónicas. Las organizaciones han tenido que poner en marcha cambios que comprenden todas las actividades en donde se han adoptado nuevas tecnologías y nuevas formas de ejecutar negocios. El presente documento se evidencia los aprendizajes obtenidos durante el desarrollo de la maestría de Negocios Digitales de la Universidad Casa Grande.

Para ejecutar los laboratorios se lo realizó en grupos de tres con los compañeros María Fernanda Martínez y Paul García. El primer proyecto solicitó diseñar un producto o servicio con una solidad propuesta de valor para un segmento determinado. Para el desarrollo de esta instancia el primer paso fue identificar una necesidad, es así como se determinó que la problemática que afectaba al perfil de cliente identificado era con el acceso a servicios legales. Es así como surge AboApp una plataforma en donde se ofrecían soluciones legales, en donde el usuario se contacta de forma rápida con el profesional en derecho.

El segundo laboratorio solicitaba digitalización de procesos en una empresa, para ejecutarlo se seleccionó la empresa Macrogram cuyo giro principal es la prestación de servicios productos de tecnologías de la información, las líneas de producto que tiene la empresa es sistemas de peajes vehiculares, desarrollo WEB-APP, soluciones RFID y facturación electrónica. Para este trabajo se diagnosticó el proceso y la cadena de valor de atención al cliente de la empresa seleccionada, a partir de esto se propusieron mejoras

partiendo de la reestructuración y digitalización de procesos. Además, en esta instancia se tenía que identificar las vulnerabilidades relacionadas a la ciberseguridad de la empresa y proponer las medidas preventivas respectivas.

El tercer proyecto solicitaba proponer un plan de marketing digital a la empresa Macrogram, se seleccionó el servicio de facturación electrónica que ofrece la compañía. El paso fue realizar el perfil del buyer persona, además se plantearon los objetivos que se deseaban alcanzar y la estrategia publicitaria digital. Luego se desarrolló el análisis del modelo de negocio adecuado, así como la selección de la plataforma a utilizar, estrategia de precio, medios de pagos a implementar para poder facturar el servicio todo esto dentro del marco de la materia de e commerce.

## Caso 1: AboApp

La presencia de las nuevas tecnologías, la flexibilidad de los procesos es parte de la vida de las personas en sus tareas diarias (Castells, 1997). El internet permite el acceso a la información de manera rápida y sencilla, esto facilita a los usuarios buscar información de manera personal a sus necesidades. El ecosistema digital es una metáfora aplicada a la ejemplificación del funcionamiento e integración de los diferentes elementos y herramientas que conforman la estrategia digital de una organización o medio (Scolari, 2015). Esto significa que la prioridad es la visibilidad y posicionamiento en la web.

McLuhan hablaba de cuatro leyes aplicables a cualquier creación del hombre sea esta tangible o intangible, él señala que la tecnología extiende o amplifica las facultades del ser humano, pero no solo hace referencia a eso sino también a que la puede reforzar o intensificar, además indica que existe un equilibrio, es decir que cuando un elemento se

entiende otros se vuelven obsoletos (McLuhan, 2009). El principal propósito es el alcance de un gran número de personas por diferentes vías en sus recorridos habituales (Jenkins, 2003).

## Proceso

AboApp una plataforma B2C, permitía conectar los despachos físicos de abogados con usuarios que buscan expertos para solucionar problemas legales, simplificando procesos. El primer paso dentro de este proceso fue identificar una necesidad en un segmento, es así como surge este proyecto a partir de la problemática de los usuarios que requerían acceder a servicios legales, porque la perciben como un servicio costoso. A partir de la pandemia generada por el COVID-19 en el 2020 genero un cambio en la forma en la cual los usuarios acceden a servicios. Las tecnologías juegan un factor primordial en que permite mejorar la experiencia a los clientes (Prince & Jolias, 2019). En la actualidad atravesamos la cuarta revolución industrial donde la inteligencia artificial, el internet de las cosas, big data entre otras han transformado el comercio y la cotidianidad de los individuos.

Actualmente no se aprovechan al máximo las tecnologías, esto se debe a la falta de comprensión del costo beneficio o en ocasiones consideran que las herramientas tecnológicas no aplican en su industria (Deloitte, 2018). El segundo paso en este proceso fue identificar frustraciones y alegrías aplicando el método propuesto por Osterwalder, Pigneur, Smith, Bernarda & Papadacos (2014), que permite desarrollar propuestas de valor adaptado a cada perfil a través de pruebas y aprendizajes que permite identificar servicios y productos que aporten de manera positiva. A partir de esto se desarrolló el prototipo de la app realizando la propuesta de valor que es acceder a servicios jurídicos de forma rápida y

sencilla. Para acceder al servicio primero se debe crear un usuario, luego se accede a un formulario en donde se relatan los hechos y se adjunta los documentos habilitantes, todos los registros de acoplan a la Ley Orgánica de Protección de Datos, esta normativa marca las reglas del juego y determina con certeza que tipos de datos se pueden tratar libremente y cuáles no, esto facilita el desarrollo de la propuesta que permite mejorar servicios judiciales y protección a la ciudadanía (Sacoto & Cordero, s.f.). Las principales ideas para poder desarrollar AboApp fueron facilitar un espacio en donde abogados y usuarios de los servicios jurídicos puedan contactarse, acceder a este servicio de manera rápida y sencilla, así como también implementar el servicio 24/7 sin importar ubicación geográfica

#### Aprendizajes del caso

El primer aprendizaje fue que en el proceso de creación de un modelo de negocio la clave es pensar en innovación y escalabilidad del negocio, esto va de la mano con identificar puntos clave de los usuarios para generar una propuesta que les genere y aporte valor a partir de una necesidad en particular. El segundo aprendizaje fue como desarrollar un prototipo, esto es de suma importancia para identificar fortalezas y debilidades del proyecto. Finalmente, este caso me permitió conocer nuevos enfoques al momento de plantear problemáticas sin importar ámbito profesional, es importante comprender y probar diferentes ideas para llegar a alcanzar el éxito deseado.

## Caso 2: Macrogram

El ámbito empresarial ha cambiado generando oportunidades de crear nuevos modelos de negocio y aumentar la capacidad analítica mejorando los procesos a nivel de eficacia y eficiencia. La digitalización de procesos conlleva acoplarse al nuevo entorno tecnológico y simboliza una ventaja para las empresas sin importar el sector al que se dediquen. El segundo trabajo se ejecutó en las materias de digitalización de procesos, cadena de valor y ciberseguridad, para el desarrollo del mismo de eligió la empresa Macrogram dedicada a la prestación de servicios de productos tecnológicos.

Rediseñar procesos produce mejoras en el desempeño, sin embargo, no es un trabajo sencillo porque contrapone ideas fundamentadas en las experiencias de los ejecutivos que plantean distintas perspectivas, es por esa razón que Hammer crea un marco denominado “El modelo de madurez del proceso y empresa” que contribuye a entender planificar y evaluar las iniciativas de transformación basadas en procesos (Hammer, 2007).

### Proceso

El primer paso fue definir el mapa de procesos que se da durante el desarrollo de atención al cliente, de esta manera se pueden detectar que funciones o pasos se desarrollan en cada entrada y salida de las etapas. El modelo dividido en cinco facilitadores de procesos y cuatro capacidades de la empresa permitió evaluar el proceso pudiendo así realizar una propuesta de transformación digital. La cadena de valor de una empresa identifica las principales actividades que generan valor en los clientes y las actividades de apoyo relacionadas, además permite identificar los costes en que se incurre

las diferentes actividades que forman parte del proceso productivo (Quintero & Sánchez, 2006).

Con lo analizado se enlisto los problemas detectados y se pudo establecer objetivos para tomar las medidas correctivas necesarias pudiendo así cerrar brechas del proceso anterior. Adicionalmente como parte del mismo caso la cadena de valor facilito la determinación de los distintos costos en los que incurre la empresa por medio de las diversas actividades que conforman el proceso productivo. En la etapa del cuello de botella se determinó el truput de esta manera de identifico los puntos que de alguna forma retrasan el proceso de atención al cliente.

EL tercer paso fue realizar un diagnóstico de la ciberseguridad, la premisa era identificar las vulnerabilidades que podrían generar un ciberataque. A partir de esto se consideró que los principales ataques relacionados a sistemas electrónicos, redes, fraude y robo de identidad.

#### Aprendizajes del caso

Los aprendizajes obtenidos en esta instancia fue aprender como diagramar mapas y flujos, de esta forma de delimita bien el proceso esta herramienta es de suma importancia, facilitando el diagnóstico para una transformación digital empresarial. Otra enseñanza fue aprender a identificar los puntos débiles dentro de la cadena de valor maximizando así el Truput. El aprendizaje más importante aplicado a los proyectos de laboratorio fue establecer objetivos de prevención, detección y recuperación, la seguridad digital requiere establecer procedimientos adecuados como copia de seguridad de datos, mantener software, sistemas operativos, aplicaciones y exploradores actualizados, establecer contraseñas

seguras y generar buenos hábitos cibernéticos entre los colaboradores y usuarios de las empresas.

### Caso 3: Macrobill

El comercio digital es un modelo de negocio basado en transacciones de productos y servicios a través de medios electrónicos como sitios web o redes sociales, creciendo de manera rápida a nivel mundial. Los canales digitales y en Latinoamérica con un aumento del 21.7%, así lo indican las estadísticas del Índice Mundial de Comercio Electrónico (Retail, 2021). Gracias al internet y el uso de las redes sociales (Statista , 2022). El último trabajo realizado se trataba de implementar una estrategia de marketing digital, y para ello elegimos uno producto de la empresa Macrogram en este caso fue la facturación electrónica

#### Proceso

Se inició definiendo tres perfiles de clientes potenciales para el servicio de facturación electrónica, luego de eso se plantearon los objetivos para llegar a nuevos clientes, impulsar ventas, resolver problemas de servicio al cliente, aumentar el tráfico de la web, luego se debe determinar el segmento a quien se dirige que será la guía para el desarrollo del contenido y la selección de los medios a emplear. En el desarrollo de la propuesta de la estrategia de marketing digital para la empresa Macrogram, la experiencia educativa obtenida en durante el desarrollo de la maestría contribuyo a la optimización de recursos y esfuerzos para el planteamiento de la estrategia. Además, se reorganizo el sitio web de optimizar la experiencia del servicio al cliente

## Aprendizajes del caso

Uno de los principales aprendizajes fue conocer los tipos de e-commerce que existen son B2B, B2C, C2C, G2C, esto va de la mano con las diferentes alternativas para comercializar de manera electrónica, además de las estrategias que se necesitan en estos espacios. Estos conocimientos fueron claves en el momento del desarrollo del tercer laboratorio y a abrir el panorama al momento de determinar el tipo de plataforma a implementar al proyecto. Además, fue importante conocer que debe existir un manual de atención al cliente para solucionar de manera rápida los inconvenientes que se puedan presentar. Es importante generar un vínculo a través del contenido de valor compartido a través de los medios digitales.

El mayor aprendizaje fue conocer el concepto de monetización vinculadas al mundo digital, transformar en dinero la generación de contenido es uno de los nuevos modelos de negocio de la era de internet.

## Conclusiones

Es imposible prever cuál será el entorno profesional del futuro, sin embargo, se puede idear cómo las tecnologías como el internet de las cosas son parte de la cotidianidad de las personas, esto se evidencia en diferentes escenarios laborales, uno de ellos es el área jurídica que es en la cual me desempeño, en donde se ha visto como la creación de formularios en línea, acceso a la información y diarios judiciales han agilitado los procesos judiciales

La era digital mejora el crecimiento y permite ver nuevos escenarios económicos, creando bases sólidas para proponer nuevas ideas de negocios. En la última década se pueden encontrar datos en diversas áreas y el acceso a la información se realiza de manera fácil gracias a los dispositivos móviles (Statista , 2022). Lo mencionado anteriormente evidencia que la tecnología es parte de día a día. El liderazgo es fundamental en los momentos de cambios y transformación, es importante tener en este proceso personas comprometidas. Finalmente, es importante determinar indicadores que contribuyan a identificar que se debe replantear.

## Bibliografía

- Castells, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura La sociedad red.
- Deloitte. (2018). *Deloitte*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/connected-small-businesses.html>
- Hammer, M. (2007). *Harvard Business Review*. Obtenido de [https://www.u-cursos.cl/medicina/2012/1/KINADMSA24/1/material\\_docente/bajar?id\\_material=434449](https://www.u-cursos.cl/medicina/2012/1/KINADMSA24/1/material_docente/bajar?id_material=434449)
- Jenkis, H. (2003). *La cultura de la convergencia de los medios*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, M. (2009). Las leyes de los medios. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*.
- Prince, A., & Jolias, L. (2019). *Tendencias Tecnológicas*. Argentina: Editorial de autores de Argentina. Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC124997.pdf>
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). *Dialnet*. Obtenido de La cadena de valor: una herramienta del pensamiento estrategico: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6436476>
- Retail, A. (2021). *Revista America Retail*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-las-ventas-del-comercio-electronico-en-america-latina/>
- Sacoto, M., & Cordero, J. (s.f.). *E-justicia en Ecuador: inclusión de las TIC en la administración de justicia*. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/foro/article/view/2803/2599>
- Scolari. (2015). Ecología de los medios: la metáfora a la teoría mas allá . En C. Scolari, *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.

Statista . (octubre de 2022). *Statista*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/245501/multiple-mobile-device-ownership-worldwide/>

## Anexos

### Laboratorio 1: AboApp



La pandemia ha generado cambios en el mundo y el uso de plataformas tecnológicas ha pasado a ser un aliado para las personas debido a las soluciones que brinda sin salir de casa.

La crisis sanitaria impulsó la visita de las plataformas digitales, esta nueva realidad brinda una oportunidad de impulsar fuentes de trabajo para los profesionales en el derecho que puedan brindar soluciones vía online.



### CONEXIÓN A INTERNET EN ECUADOR ENERO 2021

**17,79 millones** de habitantes en Ecuador.



**14,25 millones** de usuarios de internet.

En un solo IP (número que identifica a los dispositivos conectados a la red) pueden existir varios usuarios.

**14 millones** de usuarios en propiedades de Facebook Inc.

**10,5 millones** de usuarios en propiedades de Google.

**9,6 millones** de usuarios en mensajería digital.

**2,20 millones** en el analfabeitsmo digital (no han accedido a internet en el último año).

#### PALABRAS MÁS BUSCADAS EN GOOGLE EN 2020

- |             |                |             |
|-------------|----------------|-------------|
| 1 TRADUCTOR | 4 YOUTUBE      | 7 HOTMAIL   |
| 2 FACEBOOK  | 5 WEB WHATSAPP | 8 PICHINCHA |
| 3 WHATSAPP  | 6 GOOGLE       | 9 GMAIL     |
|             |                | 10 JUEGOS   |

FUENTE: ECUADOR ESTADO DIGITAL 2021





El informe Ecuador en cifras indica que se estima que en el Ecuador un 75% de la población no tiene acceso a un servicio jurídico de calidad.

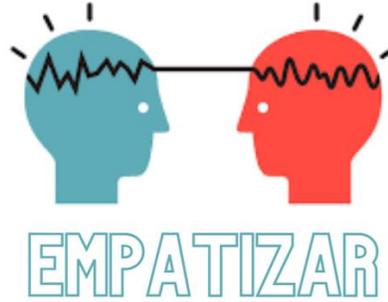
Legaltech, es un concepto que se ha fortalecido y es una tendencia que incide en el acceso a la asesoría legal, este término hace referencia al uso de la tecnología para ofrecer servicios jurídicos



El informe Ecuador en cifras indica que se estima que en el Ecuador un 75% de la población no tiene acceso a un servicio jurídico de calidad.

Legaltech, es un concepto que se ha fortalecido y es una tendencia que incide en el acceso a la asesoría legal, este término hace referencia al uso de la tecnología para ofrecer servicios jurídicos





## MAPA ¿QUÉ? ¿CÓMO? ¿POR QUÉ?

¿Qué? Concreto	¿Cómo?	¿Por qué? Emocional
<p>Búsqueda de soluciones a sus problemas legales</p> <p>Limitaciones de presupuesto al momento de contratar servicios legales</p> <p>Malas experiencias al momento de acceder a la asesoría legal por parte de un profesional en el derecho.</p> <p>Soluciones eficaces y eficientes</p>	<p>Buscan recomendaciones en la red.</p> <p>Googlean como solucionar el problema</p>	<p>Salud emocional</p> <p>Sienten angustia al no encontrar una solución</p> <p>Asesoría legal a costo razonable</p>

## MAPA DE EMPATÍA

<b>¿Qué Dicen?</b> Que la asesoría legal tiene un costo muy alto. Que las relaciones con los abogados son por interés	<b>¿Qué Hacen?</b> Piden recomendaciones frecuentemente a sus conocidos. Regatean al momento de pagar valores, buscan algo acorde a su presupuesto.
<b>¿Qué Piensan?</b> Que les gustaría tener soluciones a sus problemas legales de manera rápida	<b>¿Cómo se sienten?</b> Se sienten frustrados al no poder resolver sus problemas legales



## PERFILES DE USUARIOS



## LUCIA FERNANDA (LUCIFER)

25 años



Madre soltera vive con su hija de 5 años al norte de la ciudad, apasionada por la fotografía, graduada de comunicación social autónoma en sus ingresos, junto a su mejor amiga emprendieron en un estudio de producción.

Creyente de que las tecnologías contribuyen a las soluciones cotidianas, ella compra todo lo que necesita a través de la red, además promociona el estudio por diversas redes sociales.

Realiza paquetes de fotografías para pymes, eventos y lanzamiento de producto, además realiza videos. Practica yoga y va dos veces al mes al cine.

Una de sus frustraciones es que actualmente tiene una pequeña cartera vencida de clientes y no sabe cómo gestionar el cobro. Así como la situación que mantiene con el padre de su hija por no poder arreglar temas como mantenimiento y regulación de visitas. Ella no considera contratar a un abogado porque cree que es costoso.



## MARIO ALEJANDRO (MALANDRO)

48 años



Está en su segundo matrimonio, no terminó sus estudios universitarios, actualmente se dedica a la compra y venta de vehículos, tiene una demanda de alimentos por la madre de su primer hijo, extrovertido, le gusta salir con sus amigos a disfrutar de un buen whisky, los fines de semana se dedica a la familia. Juega fútbol todos los fines de semana con sus amigos.

A diario enfrenta diversos problemas que se relacionan con los contratos de compra y venta de vehículos, cheques protestados, y estafas, sin embargo, cree que si contrata a un abogado eso le generaría un gasto adicional. Le preocupa los problemas legales que su negocio le genera, porque cree que no podrá alcanzar sus metas



## IVAN BUENO GIL (BUENGIL)

30 años



Soltero, de madre ecuatoriana y padre puertorriqueño, al cumplir su mayoría de edad obtuvo la nacionalidad estadounidense gracias a eso fue a estudiar y trabajar en EEUU, actualmente vive con la abuela paterna en el estado de New Jersey, trabaja en una imprenta, sus ingresos le han permitido comprar una casa y tres locales comerciales en Guayaquil. Disfruta mucho de compartir con sus amigos los fines de semana, y cada año visita por 15 días a su madre en Guayaquil. A él le preocupa mucho los cambios que se dan en Ecuador, ya que años atrás perdió un negocio por no contar con asesoría jurídica porque lo limitaba el poder viajar



## CORINA REY CAMINO (CORRECAMINO)

40 años



Casada, madre de cuatro hijos, trabaja en un laboratorio farmaceutico, mujer empoderada. Dedicada a su familia y trabajo se levanta en las mañanas a organizar todo en su hogar y dejar a los niños en el colegio , para ir inmediatamente a su trabajo a ver su itinerio de recorrido, siempre va a mil por hora para que le alcance el tiempo y se olvida en los radares, además de hacer doble fila cuando no debe hacerlo o ponerle mas monedas en el parquimetro. Los fines de semana disfruta de su familia, actualmente el esposo no cuenta con un trabajo fijo y ella es la que afronta con los gastos por eso tiene algunas de las tarjetas vencidas y su gran temor es que la demanden por eso por no poder pagar.



## PROPUESTA DE VALOR



## MAPA DE USUARIO+NECESIDAD+INSIGHTS

Usuarios	Nesecidad	Insights
<ul style="list-style-type: none"><li>•Usuarios, personas natural que requiere ayuda y asesoria de un profesional en derecho</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Seguridad al adquirir servicios legales</li><li>•Optimizar su tiempo.</li><li>•Comodidad y precio justo.</li><li>•Compartir las preocupaciones relacionadas a problemas legales.</li><li>•Soluciones inmediatas</li><li>•Consultas personalizadas con especialistas en cada rama</li><li>•Confidencialidad entre el profesional y el cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Para contratar un abogado debe conocerlo algún familiar</li><li>•Los abogados son costosos</li><li>•Bienestar emocional</li><li>•Generar buenas relaciones</li></ul>





Nuestra aplicación Abogapp ayuda a los usuarios que quieren contratar un abogado para solucionar sus problemas legales de manera rápida y eficaz.



## LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR





Estas asesorías involucrarían una gran cantidad de ramas de derecho de mayor consulta como son en el área penal: estafas, robos; en el área civil: disolución de sociedades, divorcios; en el área de tránsito: impugnaciones de multas; en lo laboral: despidos intempestivos y en el área familiar: regulación de visitas, pensiones alimenticias.

El propósito de la aplicación es poder tener una atención rápida y crear soluciones eficientes a bajo costos en comparación a una asesoría común, simplificando los procesos de búsqueda para poder resolver alguna inquietud que el cliente tenga. La persona que necesite un asesoramiento profesional tendrá un beneficio rápido y práctico



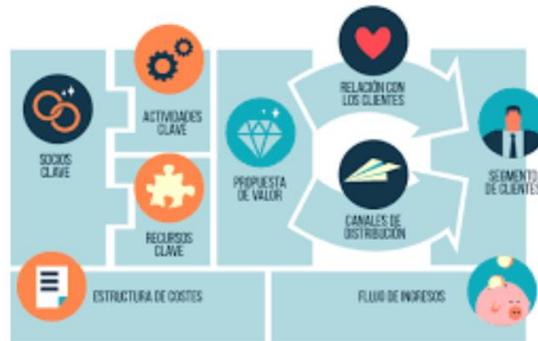


Se implementará learning machine, medio que ayudará a componer las declaraciones legales, los usuarios pueden teclear su versión en sus propias palabras y el software que tendrá una máquina con un modelo de aprendizaje que cuadra lo indicado por el usuario de manera legal, al usuario le llegará un correo electrónico con su requerimiento firmado electrónicamente por el abogado, de esta manera se le simplifica los procesos a aquellos usuarios que requieran de ayuda legal en procesos sencillos.





## MODELO CANVAS



# VALIDACION DE PROTOTIPO



  
**ABOGAPP**

USUARIO

CONTRASEÑA

[OLVIDÉ MI CONTRASEÑA](#)

  
**ABOGAPP**

**REALIZAR VERSIÓN DE LOS HECHOS**

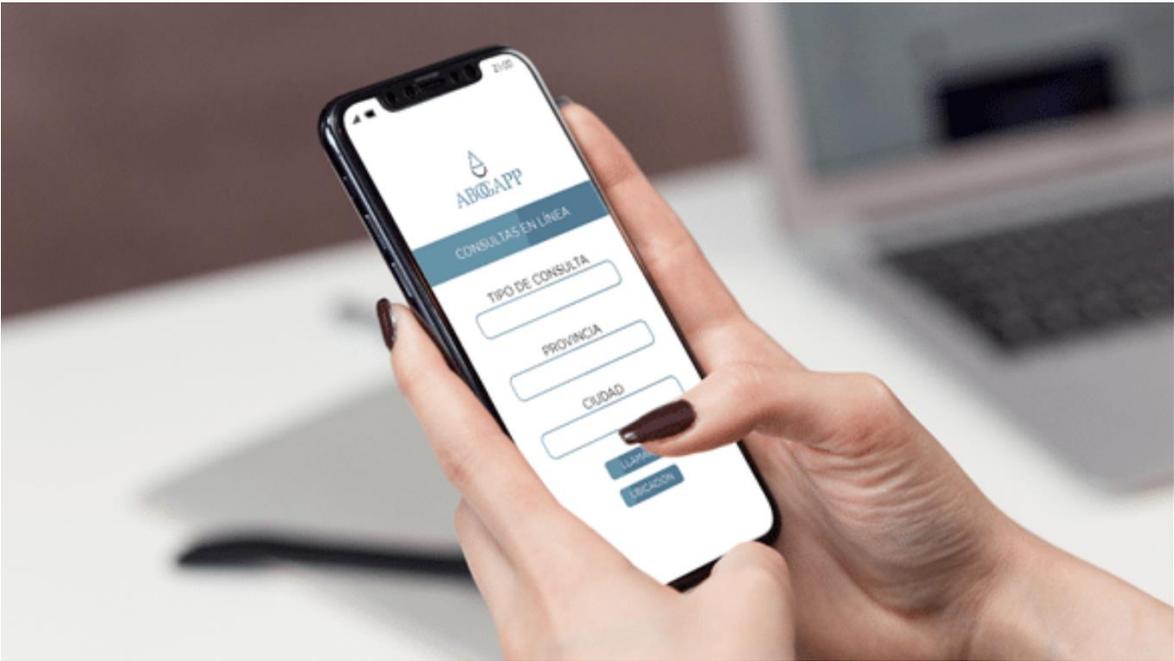
GENERALES DE LEY

RELATE DE HECHO

QUÉ DESEA REVISAR

  
**ABOGAPP**

**PAGOS POR TRANSFERENCIAS**



## HALLAZGOS



- Nombre claro del prototipo
- El diseño ayudó en su comprensión y los iconos fueron explícitos.
- La idea de llamar directo parece ideal.
- Es muy funcional pagar en línea.
- Los colores gustaron y parecieron los adecuados para el tipo de aplicación.
- La consulta de documentos fue un acierto.
- Falta de confianza para poner sus datos de pago.
- Agregar una pestaña en donde el usuario pueda agregar algún documento adicional o editarlo por si se ha olvidado.
- Incluir un demo explicativo al inicio.



## MODELO DE NEGOCIOS



El modelo de negocio es de plataformas multilaterales o servicio de intermediación en línea, este fenómeno es fundamental en la innovación legal ya que facilita el acceso a nuevos mercados y oportunidades. La plataforma conectara a quienes requieren solucionar sus problemas legales.



# ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES



- Código ético de los profesionales del derecho
- Tratamiento de datos
- Terminos y condiciones
- Uso de licencias



# TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE PROCESOS

PAUL GARCIA  
KIRK MAZZINI  
MARIA FERNANDA MARTINEZ

01

En la era de la transformación digital, las empresas están compitiendo por implementar nuevas soluciones y adaptar sus procesos con el objetivo de optimizar su capacidad de gestión. Sin embargo, manejar este cambio implica numerosos desafíos, ya que todo sucede a un ritmo extremadamente acelerado.

El nuevo mantra que están asumiendo todas las organizaciones es digitalizar o morir, pero, ¿están preparadas para el reto?.

02



Es una empresa innovadora y renovadora cuyo giro principal es la prestación de servicios y productos de tecnologías de la información.

### LINEAS DE PRODUCTOS

- Peajes
- Sistemas Vehiculares
- Desarrollo WEB-APP
- Soluciones RFID
- Punto de venta y Facturación electrónica

## Evaluación de madurez del proceso de atención al cliente

		P-1	P-2	P-3	P-4
<b>Diseño</b>	Propósito	Green	Green	Yellow	Red
	Contexto	Green	Yellow	Red	Red
	Documentación	Green	Yellow	Red	Red
<b>Ejecutores</b>	Conocimiento	Green	Yellow	Red	Red
	Destrezas	Green	Yellow	Red	Red
	Conducta	Green	Yellow	Red	Red
<b>Responsable</b>	Identidad	Yellow	Yellow	Red	Red
	Actividades	Yellow	Yellow	Red	Red
	Autoridad	Yellow	Red	Red	Red
<b>Infraestructura</b>	Sistemas de información	Red	Red	Red	Red
	Sistemas de recursos humanos	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
<b>Indicadores</b>	Definición	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
	Usos	Red	Red	Red	Red

# Conclusiones



Se debe trabajar en la transformación, automatización de el objetivo principal y secundario del proceso



Ejecutar de manera efectiva el servicio al cliente para poder operar sin complicaciones y así tener una ventaja competitiva sobre los demás competidores



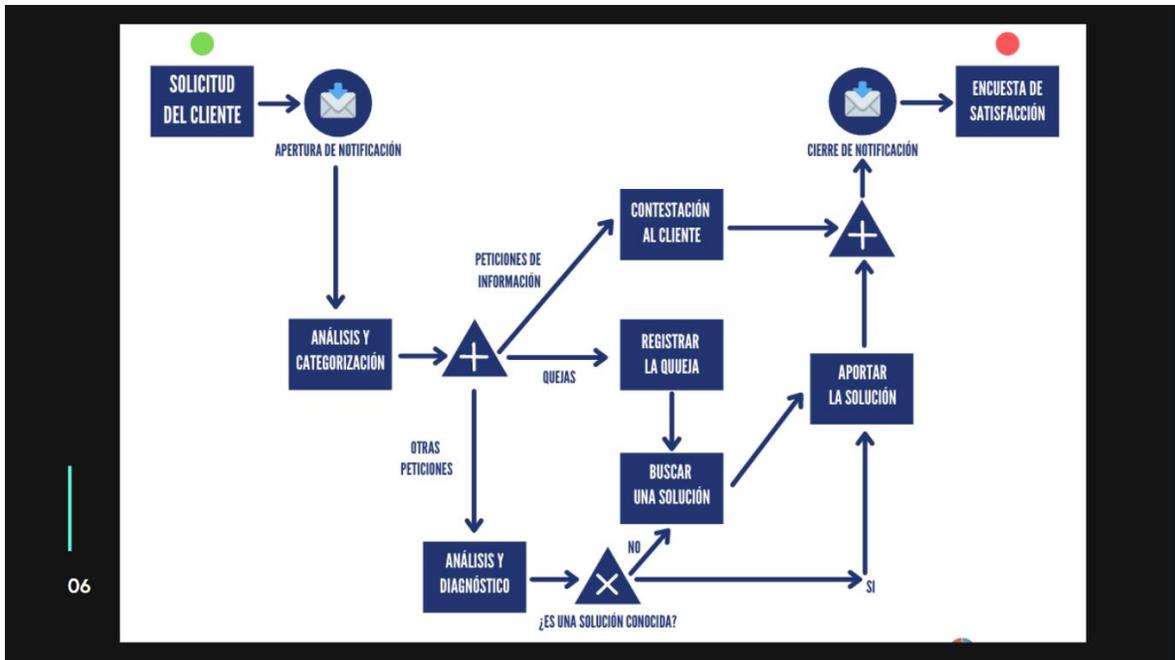
Innovar los sistemas tecnológicos y procesos para poder brindar lo que el cliente requiere



Establecer indicadores de rendimiento que permitan evaluar de manera cuantitativa el rendimiento del área y el proceso

## Análisis de madurez del proceso

<b>Nivel 1 de madurez del proceso</b> Cumple con los las bases mínimas de operación No existe aun proceso para transformación	Green
<b>Nivel 2 de madurez del proceso</b> Sin el conocimiento para mejorar el proceso Las capacidades permitirían mejorar esta área son básicas	Yellow
<b>Nivel 3 de madurez del proceso</b> No se encuentra identificados con la aplicación de nuevos procesos La autoridad recae no sobre el área sino sobre otras	Yellow
<b>Nivel 4 de madurez del proceso</b> Técnicamente debe implementarse un producto de control y automatización Una selección especifica de personas especializadas para la mejora	Red
<b>Nivel 5 de madurez del proceso</b> Trabajar en mejorar los indicadores de gestión Integrarlos con todas las áreas de las empresas	Red



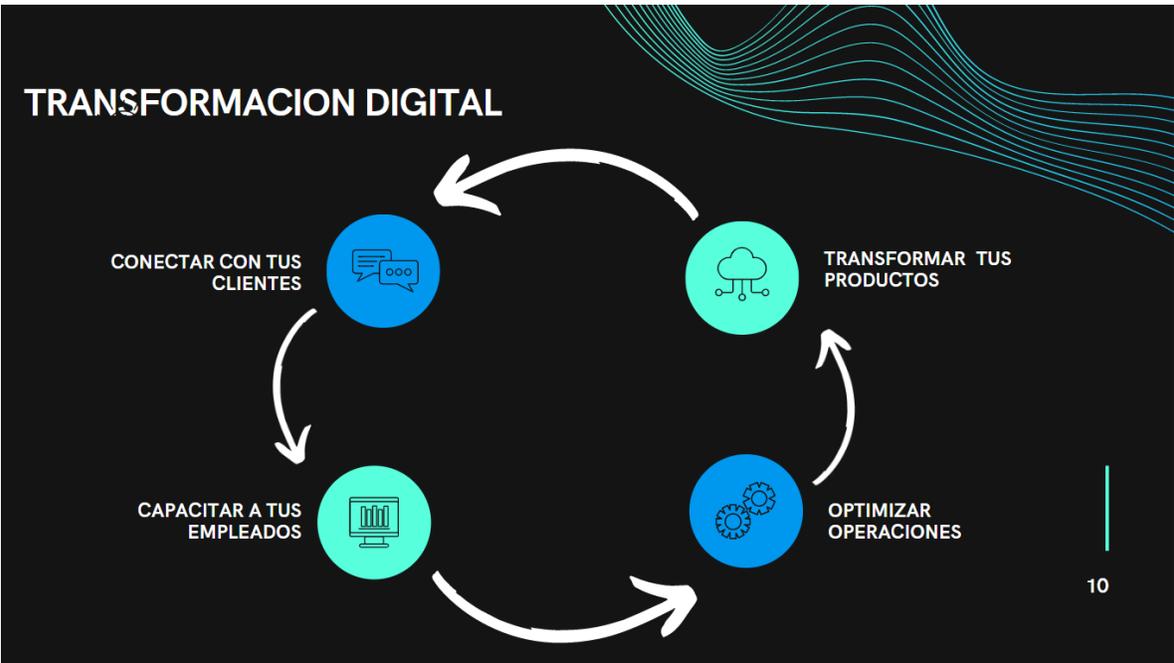
06

## Transformación proceso atención al cliente

- Seguimiento y registro.
- Medición, extracción de informes y análisis.
- Movilidad.
- Actualización ágil y en tiempo real.
- Automatización de procesos y alertas.
- Uso transversal.



07



# CADENA DE VALOR MACROGRAM

## Capacidad operativa a la actualidad

Tipos de trabajo	Cantidad Tareas	Horas trabajadas	Días trabajados
Programadores senior	6	8	20
Programadores medio	4	8	20

Capacidad total de la empresa en producción

### Programador senior

$6 \times 4 = 24$  tareas por hora /  $24 \times 8 = 192$  tareas por día /  $192 \times 20 = 3840$  tareas por mes

### Programador medio

$4 \times 2 = 8$  tareas por hora /  $8 \times 8 = 64$  tareas por día /  $64 \times 20 = 1280$  tareas por mes

La empresa tiene una capacidad instalada de producción = 5120 capacidad total de producción en horas de trabajo al mes.

11

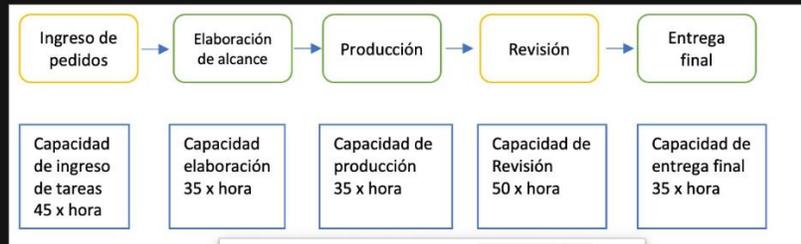
# CADENA DE VALOR MACROGRAM

## Cuellos de botella



11

## CADENA DE VALOR MACROGRAM



11

< 13/22 >

🔊 📄 🗨️ ⋮ 🖨️

## CADENA DE VALOR MACROGRAM

De 25 tareas por hora a 35 tareas

Capacidad real inicial

**25 x hora**

**200 x 8 horas**

**4000 x tareas x mes**

capacidad final mejora

**35 x hora**

**280 x 8 horas**

**5600 tareas x mes**

11

# CADENA DE VALOR MACROGRAM

Nuevo cuello de botella estaría focalizado

Proceso 2 / 3 / 5

El incremento 39% de producción lo cual permitiría el incremento trupt

Valor de la hora de desarrollo

\$ 45 dólares americanos / valor por tarea realizada \$1,8

Ingreso inicial	ingreso de la inversión
1,8 x tarea	1,8 x tarea
4000 x 1,8 = \$7200	5600 x 1,8 = \$1080,00
Capacidad en dólares	Capacidad en dólares

Incremento de ingresos y mejoras del trupt 39%

11

## ANÁLISIS DE SITUACIÓN DE RIESGO

12

Se origina en la manipulación de equipos tecnológicos y la ausencia de políticas de seguridad.

No tener una política de seguridad de la información clara y definida, lleva inevitablemente al acceso no autorizado a una red informática o a los equipos que en ella se encuentran y puede ocasionar en la gran mayoría de los casos graves problemas

Cada empleado tiene libre acceso a diferentes páginas web, por lo que puede provocar fuga de información.

#### Ámbito organizativo

- Falta de procedimientos
- Falta de conocimiento y formación
- Falta de acuerdos de confidencialidad y no divulgación relacionada a la propiedad intelectual con lo intangible

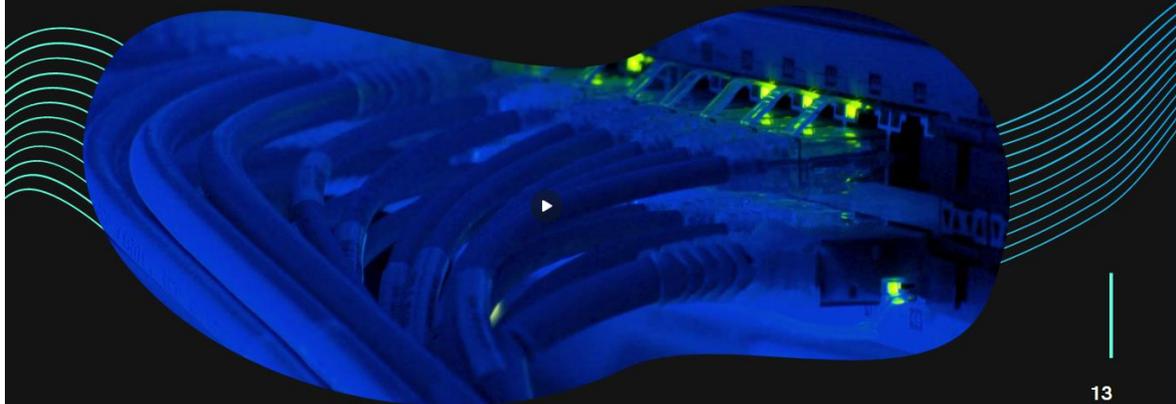
#### Ámbito técnico

- Falta de soluciones ante ataques
- Falta de seguridad a acceso de infraestructuras
- Falta de seguridad o control en el sistemas de la nube

## ¿Qué dispositivos están afectados?

Los equipos que se pueden ver afectados son los siguientes:

- Servidor.
- Ordenadores de los empleados.



13

## ACCIONES DE CIBERSEGURIDAD QUE DEBEN IMPLEMENTARSE

12



# Recomendaciones

- Controlar el acceso a los datos más estrictos, esta medida de seguridad se emplea para limitar el acceso a la información. Cuantas menos personas acceden, menor es el riesgo.
- Realizar copias de seguridad periódicamente para garantizar la recuperación de datos
- Crear políticas de contraseña que se implementaría para todos los usuarios de la empresa
- Encriptación de mensajes para garantizar la privacidad de la información.

14

# Recomendaciones

- Aplicar software de seguridad en los ordenados de cada empleado para proteger antes posibles ataques externos a través de internet.
- Bloquear puertos de los ordenadores para evitar fuga de información o instalación de software no autorizado
- Realizar capacitaciones periódicas sobre temas de seguridad a la información, aspectos tecnológicos
- Elaborar acuerdos de confidencialidad: colaboradores, prestadores de servicios externos y cualquier persona que tenga acceso a datos sensibles

14



# Buyer Persona

## Ivan Bueno

**EDAD**  
42 años

**SEXO**  
Masculino

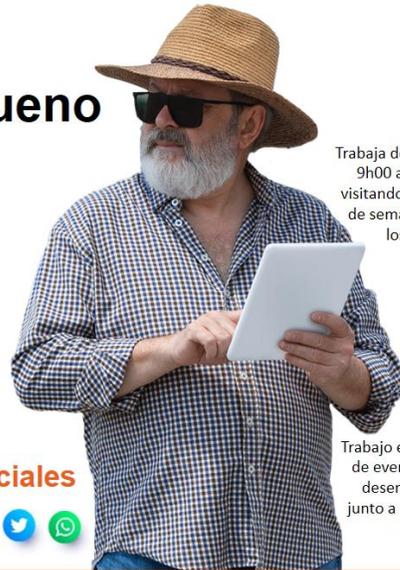
**PROFESION**  
Administración  
de Empresas

**ESTADO CIVIL**  
Casado

**NIVEL EDUCATIVO**  
Universidad

**FACTURACION ANUAL**  
Ingresos anuales  
mas de 60mil

### Redes Sociales



### Conducta Laboral

Trabaja de Lunes a Viernes de 9h00 a 18h00 en oficinas y visitando a clientes. Los fines de semana dependiendo de los eventos que debe atender

### Biografía

Trabajo en un hotel en el area de eventos y catering quedo desempleado y emprendio junto a su esposa un negocio de eventos y catering

### Puntos de Dolor

No tener el control de sus finanzas que le ingresa y que le sale. Es autodidacta, en ocasiones no sabe exactamente que es lo que quiere

### Motivaciones

Mojasar su productividad y el bienestar de la familia

### Intereses

Viajar con su familia, leer y disfrutar momentos con sus hijos

### METODOS DE COMUNICACION



Relación con la compañía:  FactureroMóvil **SRI** contifico

## Lucia Fernanda

**EDAD**  
25 años

**SEXO**  
Femenino

**PROFESION**  
Emprendedora

**ESTADO CIVIL**  
Soltera

**NIVEL EDUCATIVO**  
Universidad

### Redes Sociales



### Conducta Laboral

Inicia su día a las 9h00 va al taller, luego al cantro para ver telas e insumos, de ahí al local que tiene para atenderlo y cierra a las 19h00

### Biografía

Junto a su mejor amiga emprendieron en una tienda de modas. Ella es creyente de que las tecnologías contribuyen a las soluciones cotidianas, ella compra todo lo que necesita a través de la red

### Puntos de Dolor

Su principal preocupación es encontrar el servicio adecuado (calidad precio), para ello valora el asesoramiento. Le preocupan los procesos largos y complicados

### Motivaciones

Que su negocio crezca, su familia y la satisfacción de sus clientes

### Intereses

Salir los fines de semana, Viajar para ver referentes de moda

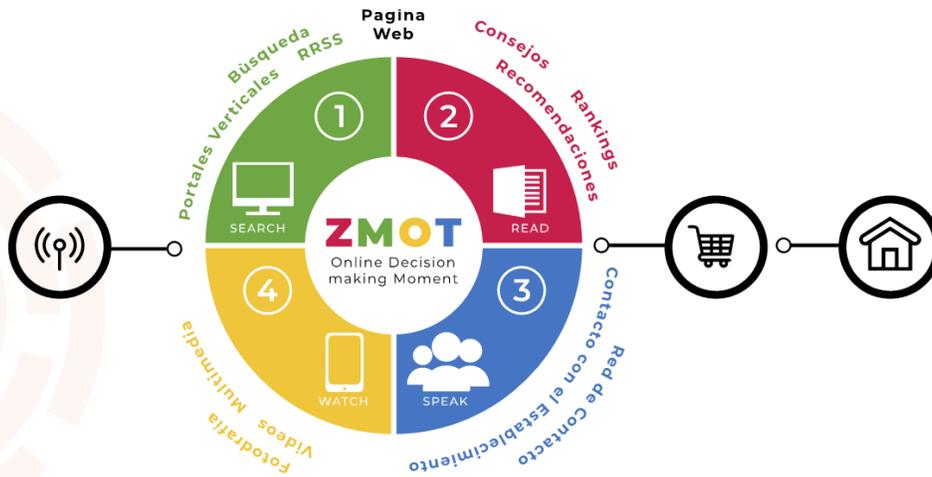
### METODOS DE COMUNICACION



Relación con la compañía:  FactureroMóvil **SRI** contifico PERSEO

# Customer Journey Digital

Estrategia - Macrogram





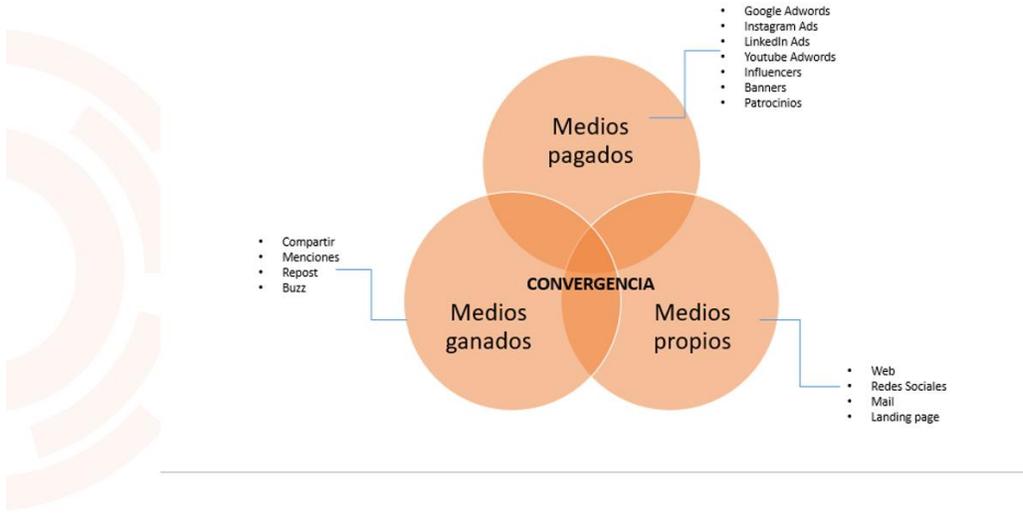
# Estrategia Digital Marketing

Estrategia - Macrogram

## Objetivos Y Tipos de anuncios

- **Alcance: Anuncios de carrusel**  
Contenido oportuno = contenido relevante, se dará prioridad a contenidos que generen mas interacción.
- **Aumentar ventas: Anuncios de colección**  
Anuncios que generen trafico, con botones de llamados a la acción, ejemplo compra y mas información, pruebas gratis.
- **Tráfico en pagina web: Reels**  
Marketing de influencers y tips a traves de reels que me derive trafico en mi página web





PILARES - De dónde parte el mensaje	Enfoques - Qué queremos generar			
	Entretenimiento	Inspiracional	Aprendizaje	Comunidad
TUTORIALES			X	X
PROMOCIONAL			X	
INFORMATIVO	X		X	
TIPS Y CONSEJOS			X	X
HISTORIAS Y CASOS	X	X	X	X

SUBENFOQUES	Entretenimiento	Gamificación	Memes	Interacción	
	Inspiracional	Frases	Testimonios	Historias Reales	
	Aprendizaje	Tutoriales	Tips	Casos de éxito	Historia
	Comunidad	Reconocimientos	Actividades	Difusión	

AWARANESS → COMPRA

EMOCIONAL ↓ RACIONAL	<b>ENTRETENIMIENTO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• QUIZZ</li><li>• JUEGOS</li><li>• VIDEO DE LA MARCA</li><li>• TENDENCIAS</li><li>• PROMOCIONES</li></ul>	<b>INSPIRACIONAL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• TESTIMONIOS</li><li>• HISTORIAS</li></ul>
	<b>APRENDIZAJE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• INFOGRAFIAS</li><li>• GUIAS</li><li>• REPORTES DE TENDENCIA</li><li>• E BOOKS</li><li>• PLANTILLAS</li></ul>	<b>COMUNIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• TIPS</li><li>• CONSEJOS</li><li>• TUTORIALES</li></ul>

Estrategia - Macrogram

## Palabras Claves

- Facturación electrónica
- SRI
- Comprobantes
- Pagos
- Factura
- RIMPE
- Emprendimiento
- Persona natural



**MACROBILLS**

El mejor y más completo

## Sistema de Facturación

<b>Plan Inicial</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>100 Documentos</li><li>100 Documentos</li><li>Soporte 8x8</li><li>12 Meses de Duración</li></ul>	<b>\$11.99</b>
<b>Plan Pymes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>350 Documentos</li><li>365 Documentos</li><li>Soporte 12x5</li><li>12 Meses de Duración</li></ul>	<b>\$28.99</b>
<b>Plan Empresarial</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>700 Documentos</li><li>365 Documentos</li><li>Soporte 24x5</li><li>12 Meses de Duración</li></ul>	<b>\$46.99</b>

098 152 4664 macrogramec@gmail.com

**MACROGRAM**  
Developer System

**MACROBILL**  
Facturación Electrónica

El mejor y más completo

## Sistema de Facturación del Ecuador

Conoce más >>

**Felipe**  
Camaronero

Soporte **24/7**

Realiza documentos **Offline**

Revisa antiguas **Transacciones**

Usa presets de **Servicios**

**MACROGRAM**  
Developer System

**Cristina**  
Diseñadora Gráfica

Soporte **24/7**

Guarda Clientes **Frecuentes**

Realiza todo **Remoto**

Usa presets de **Servicios**

**TÙ FACTURA A UNOS  
CLICKS**

MACROGRAM  
Facturación Electrónica

CONOCE MAS >>

**MACROBILL**  
Facturación Electrónica

Plan Inicial	Plan Pymes
✓ 100 Documentos ✓ 100 Documentos Credito	✓ 300 Documentos ✓ 300 Documentos Credito
<b>\$11.99</b> por año	<b>\$28.99</b> por año

**Plan Empresarial**

✓ 700 Documentos  
✓ 365 Documentos  
Credito

**\$46.99**  
por año

Conoce más >>

MACROGRAM  
macrogramec@gmail.com 098 152 4664

**MACROBILL**  
Facturación Electrónica

**1 Pago anual**

**Soporte Técnico**

**¡Pruebalo ahora!**

[www.macrobills.com](http://www.macrobills.com)

Link en la descripción

MACROGRAM  
macrogramec@gmail.com 098 152 4664

**MACROGRAM**  
Developer System

hablemos de  
**E-Commerce**

Conoce más >>

macrogram@gmail.com 098 152 4664

## El E-commerce es

la práctica de comprar y vender productos a través de internet



El sector del comercio electrónico ha sido uno de los más disruptores de los últimos años, porque ha revolucionado el comercio tradicional ofreciendo un nivel de comodidad y personalización sin precedentes

Potencial de crecimiento

- Mayor alcance para tu negocio
- Menores costos
- Disponible 24/7

Conoce más >>

macrogram@gmail.com 098 152 4664

## Comienza Ahora

Creamos tu plataforma y te damos las herramientas necesarias.



## Potencia tu Negocio

Link en la descripción




# Modelo de Negocio

## CANVAS Layout



### Socios Clave

- SRI
- Proveedores de tecnología / servidores
- Administradores de Mesa de ayuda
- Desarrolladores



### Actividades Clave

- Desarrollo de Contact Center.
- Desarrollo de nuevos canales digitales de atención.
- Dimensionar eficientemente para mayor rentabilidad.



### Propuesta de Valor

- Diversificación de medios de conexión
- Web / app
- Online / offline
- Opción cliente servidor
- Atención personalizada
- Soporte a nivel nacional



### Ventaja Competitiva

- Múltiples canales de atención 24/7 a nuestros usuarios con altos estándares de calidad
- Seguridad de la información



### Segmento de Cliente

- Empresas Rimpe
- Pymes



### Recursos Clave

Infraestructura tecnológica que asegure una atención de calidad en todos los canales.



### Canales de Contacto

- Web
- Aplicación móvil
- Contact Center



### Estructura de Costos

Concentrada en un 60% en salarios de personal y 40% en la construcción de la plataforma para soporte tecnológico, y de almacenamiento de datos en la nube.



### Fuentes de Ingresos

Captar a nuevos clientes de las empresas Rimpe y Pymes pago del servicio online / recurrente

Modelo de Negocio B2C

## Business to consumer

Este tipo de modelo encaja con el proyecto de **Servicio Facturación Electrónica**, ya que este tipo de prestación de servicios se produce entre Macrogram y el cliente o consumidor final.



## Sistema de Gestión de Contenido

Permite que cualquier usuario pueda administrar y gestionar contenidos con facilidad y sin conocimientos de programación. Este software administrativo reposa en una nube que permite tener acceso en **cualquier momento, lugar y dispositivo**.





El servicio de facturación electrónica es **una compra recurrente**, debido a que el consumidor adquiere el sistema de facturación por un número determinado de facturas y cuando termine con su número de factura requiere una reposición. A pesar que el margen ventas es bajo **la adquisición de este servicio es recurrente**.

## KPI

### Key Performance Indicator

Lifetime Value o tiempo de vida del cliente, después de la conversión los clientes que adquieren el sistema de facturación electrónica adquiere de manera recurrente el servicio, esto significa que los consumidores se sienten seguros y satisfechos con el servicio.

Visita Recurrente este KPI me permitirá conocer el número de visitas y cuantos clientes ha realizado la adquisición del servicio nuevamente porque su experiencia fue satisfactoria, esto nos permitirá determinar a donde tenemos centrar los esfuerzos para alcanzar nuevos clientes.



## Medios de pago ofertados

- Botón de pagos
- Links de pagos
- Mail/WhatsApp



# Atención al cliente Y normas de seguridad

Manual - Macrogram



## Manual de atención al cliente

Al ofrecer un servicio vendemos intangibles, por lo tanto, la atención al cliente se basará en los siguientes pilares:

- Enfoque en el cliente
- Rapidez en el servicio
- Resolución rápida de demandas
- Asertividad en la comunicación
- Personalización de los acercamientos.
- Integración de canales con comunicación fluida
- Ofrecer soluciones inteligentes de autoservicio

## Preguntas Frecuentes

- ¿Cómo hago si perdí la clave?
- ¿Cómo puedo adquirir el producto?
- ¿Cómo puedo Facturar?
- ¿Cómo anulo ítems de una factura?
- ¿Cómo agrego ítems a una Factura?
- ¿Quiero Cambiar mi dirección?
- ¿Quiero descargar el archivo?
- ¿Quiero compartir la factura con mi cliente?

## Consideraciones éticas, legales Y de ciberseguridad

El primer paso es un Contrato Comercial de Servicios Electrónicos que es un acuerdo de voluntades entre un prestador y un usuario para la habilitación de un sistema o plataforma electrónica que permita la realización de cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicio a ser provistos por el mismo proveedor.

## Protocolo **HTTPS**

Se trata de un protocolo que **incrementa el nivel de seguridad** de las páginas web destinadas a realizar pagos online

Se aplicarán también protocolos encaminados a proteger y asegurar las transacciones en línea:

**Certificados SSL:** Que garantizan la autenticación, confidencialidad e integridad de los datos transmitidos a través de Internet por medio del protocolo TLS (*Transport Layer Security*). Para conseguirlo, el navegador cifra rá esos datos.

**SET** (*Secure Electronic Transaction*): especificaciones orientadas a asegurar la confidencialidad e integridad de la información que se transmite cuando se realiza un pago.

## Copias de Seguridad

Implementar **políticas de copias de seguridad** que establezcan los criterios para su realización

(periodicidad, tipo de soporte, almacenamiento, etc.),

Que certifiquen que se está en condiciones de realizar una restauración, en caso de ser necesaria.

**Realizar backups periódicas** de todos los datos del sitio.