



PROPUESTA DE TRANSFORMACIÓN CON IA

SMID

Complemento al servicio de medios: calificación, seguimiento y recontacto de leads para SMID y sus clientes

	Preparado por Kevin Moreno	v1.0	26 de septiembre del 2026
	Aprobado por Andrés Cardozo	v1.0	28 de septiembre del 2026



1. Resumen Ejecutivo

SMID ya ofrece servicios de medios y generación de leads. Uplabs AI propone relevar cómo complementar ese servicio con una capa que ayude a SMID y a sus clientes a responder, calificar, dar seguimiento y recontactar mejor los leads generados. Así podrán tener más control y visibilidad sobre lo que ocurre después de cada campaña.

En aproximadamente 25 días hábiles, analizaremos el embudo de SMID y un flujo piloto con un cliente; diseñaremos el proceso de respuesta, calificación, seguimiento, recontacto y traspaso al equipo comercial. También definiremos cómo ofrecerlo y operarlo para múltiples clientes, qué necesita el equipo y cuáles son los costos y el retorno estimado. SMID recibirá un plan por hitos para decidir cómo empezar y escalar.

Etapa	Qué incluye	Duración	Inversión
Fase 1	Diseño de la capa que complementa medios con respuesta, calificación, seguimiento y recontacto; incluye flujo propio, modelo multiciente, equipo y piloto con un cliente.	≈ 25 días hábiles	USD 1,500
Fase 2	Implementación por hitos del caso priorizado para mejorar la gestión de leads generados por medios. Referencia: USD 3.000 por hito; 1–3 hitos. Plataforma USD 300/mes; uso y soporte aparte.	≈ 2 meses por hito (referencia)	≈ USD 3.000–9.000 en desarrollo (1–3 hitos), más plataforma y variables. No es cotización.

El relevamiento cuesta USD 1.500. Si SMID inicia la implementación, se acredita el 100% de ese pago contra el costo total del desarrollo cotizado. Ejemplo: para un primer hito estimado en USD 3.000, quedarían USD 1.500 por pagar de desarrollo. Plataforma (USD 300/mes), uso y soporte se pagan aparte.



2. Qué valor entrega el relevamiento

Trabajaremos con el equipo de SMID y con las personas que atienden los leads en un cliente seleccionado. El relevamiento conecta la generación de leads con su gestión posterior: aclara cómo se responde, califica, sigue y recontacta cada oportunidad y qué métricas muestran su avance.

Decisiones que SMID podrá tomar

Decisión	Qué quedará claro para SMID
Qué automatizar primero	Qué caso ofrece el mejor equilibrio entre impacto, viabilidad y tiempo para obtener resultados.
Cómo ampliar el servicio de medios	Cómo integrar a la generación de leads una capa que permita a SMID y a sus clientes responder, calificar, dar seguimiento y recontactar mejor cada lead, con visibilidad sobre su avance.
Cómo operar el servicio	Cómo dar de alta clientes, configurar sus flujos, transferir casos al equipo humano y gestionar soporte.
Qué necesita el equipo	Qué roles, capacidades, dedicación y capacitación se requieren para operar y ampliar el servicio.
Cuánto cuesta y qué retorno puede generar	Inversión inicial y costos mensuales/variables; línea base, indicadores, escenario de equilibrio y retorno estimado con supuestos explícitos.

Participación que necesitamos de SMID

- Entrevistas con el equipo de medios de SMID, quienes recibirán y gestionarán los leads y las personas que operan el proceso comercial en el cliente piloto.
- Acceso a los pasos actuales, ejemplos de conversaciones, volúmenes y métricas disponibles para documentar cómo funciona hoy la operación.
- Disponibilidad de un decisor de SMID para elegir casos de clientes participantes y validar el diagnóstico, las prioridades y la hoja de ruta.
- Participación del equipo que diseña y presta los servicios de medios, para definir cómo sumar esta capa complementaria y qué roles, capacidades y capacitación requiere.



Información que necesitaremos revisar

Información e insumos	Para qué los usaremos
Generación de leads de SMID	Revisar cómo las campañas y los servicios de medios generan leads, qué información recibe SMID y cómo se conecta con la gestión comercial posterior.
Gestión posterior del lead	Definir cómo responder, calificar, dar seguimiento, recontactar y derivar leads; validar este recorrido en un cliente piloto.
Servicio complementario multiciente	Diseñar cómo sumar esta capa a los servicios de medios, incorporar clientes, configurar sus procesos y operar el servicio de forma repetible.
Tecnología e infraestructura	Revisar CRM, WhatsApp, APIs, datos y restricciones; comparar alternativas de integración y alojamiento antes de definir la arquitectura.
Equipo y operación	Entender roles, disponibilidad y capacidades actuales, así como brechas de capacitación y necesidades de soporte.
Volúmenes y costos	Estimar uso, empleados IA, conexiones y operación; alimentar el caso de negocio y el precio para futuros clientes.



3. Tres frentes de relevamiento

El foco es extender el servicio actual de medios hasta la gestión del lead: desde que llega por campaña y WhatsApp hasta que se califica, recibe seguimiento o recontacto y se deriva al equipo comercial. Relevaremos el modelo con SMID y lo validaremos en un flujo de cliente para diseñar una forma replicable de ofrecerlo.

Frente de relevamiento	Qué se analizará	Resultado esperado
Embudo de leads de SMID	Mapear cómo las campañas generan leads y qué pasa después. SMID indicó que la mayoría llega por WhatsApp; validaremos respuesta, calificación, seguimiento, recontacto, traspasos y métricas.	Diseñar una continuidad para que SMID tenga visibilidad y control sobre la atención de los leads generados y pueda medir cómo avanzan hacia una oportunidad comercial.
Capa complementari a para clientes	Definir cómo sumar a los servicios de medios una solución que ayude a sus clientes a responder, calificar, seguir y recontactar los leads de cada campaña.	Diseñar el servicio multicliente: alta y configuración por cliente, roles, integraciones, costos y alternativas de soporte y monetización.
Flujo piloto con un cliente	Relevar un proceso real de un cliente de SMID, sus canales, tiempos de respuesta, reglas de calificación, seguimiento y traspaso a ventas.	Priorizar un primer caso con indicadores para comparar respuesta, calificación, recuperación de leads y conversión antes de replicar el modelo.



4. Fase 1: Relevamiento Estratégico

Objetivo

Diseñar cómo complementar los servicios de medios y generación de leads de SMID con su gestión posterior: respuesta, calificación, seguimiento, recontacto y traspaso al equipo comercial. Relevaremos el embudo de SMID, un proceso de cliente, la operación multicliente y la preparación del equipo. El resultado será un caso priorizado, el diseño del servicio y una hoja de ruta con costos e indicadores de retorno para iniciar y escalar con criterio.

Entregables

Entregables y valor para SMID	
Flujograma actual	Visualizar el recorrido actual desde la generación del lead hasta su respuesta, calificación, seguimiento, recontacto y traspaso comercial; identificar pérdidas de continuidad y oportunidades de mejora.
Mapa tecnológico y preparación del equipo	Mapear sistemas, canales, datos, integraciones y alternativas de alojamiento; definir roles y dedicación del equipo e identificar brechas de capacidad o capacitación antes de escalar.
Historias de usuario	Precisar qué necesita cada usuario —cliente, vendedor y equipo de operación— para que la solución responda al proceso real.
Ficha técnica de la solución	Delimitar el alcance del primer caso: tareas de la IA, reglas, datos, integraciones necesarias y situaciones que pasarán a una persona.
Flujograma de la solución IA	Visualizar el nuevo proceso paso a paso, dónde actúa la IA y dónde interviene el humano.
Análisis financiero de ROI	Comparar la situación actual con escenarios de automatización usando volúmenes, tiempos, conversión, capacidad y costos disponibles. Entregar línea base, beneficios y costos estimados, punto de equilibrio, supuestos e indicadores para medir el retorno durante el piloto.
Propuesta personalizada	Proponer hitos, alcance, responsables, dependencias, calendario e inversión exacta para que SMID pueda decidir si avanza.



Procedimiento

1. Kickoff: confirmar el objetivo, las áreas participantes, las personas responsables, la agenda y la información necesaria para el relevamiento.
2. Entrevistar a responsables de medios, tecnología y gestión comercial de SMID, más las personas que atienden leads en el cliente piloto.
3. Mapear desde la llegada del lead hasta su respuesta, calificación, seguimiento, recontacto y traspaso a ventas.
4. Validar con SMID los flujos, las restricciones y el caso que conviene resolver primero.
5. Diseñar el flujo mejorado y estimar integraciones, preparación del equipo, inversión, costos y retorno.
6. Presentar diagnóstico, caso priorizado, hoja de ruta e inversión cotizada.



5. Roadmap referencial de implementación por hitos

El siguiente roadmap es referencial. Después del relevamiento, Uplabs AI propondrá hitos independientes con entregables, duración, inversión y esquema de soporte definidos para cada prioridad.

#	Fase	Qué pasa y qué se entrega	Duración
1	Relevamiento estratégico	Diagnóstico de los tres frentes, preparación del equipo, mapa tecnológico, flujos, análisis de retorno y propuesta personalizada.	≈ 25 días hábiles
2	Priorización del primer hito	Selección del caso inicial, su alcance, dependencias, responsables e indicadores.	Al cierre del relevamiento
3	Diseño de solución	Diseño funcional y técnico del flujo, los agentes, las integraciones y la intervención humana.	Dentro del hito
4	Desarrollo e integración	Implementación e integración del caso aprobado; alcance y precio se confirman tras el relevamiento.	≈ 2 meses por hito, referencia
5	Pruebas y aprobación	Pruebas conjuntas, ajustes acordados y aprobación para producción.	Dentro del hito
6	Pase a producción y estabilización	Activación controlada y seguimiento inicial del flujo.	Se define en el plan
7	Revisión de resultados	Revisión de métricas y decisión sobre el siguiente hito.	Según ciclo acordado
8	Soporte y mejora continua	Soporte operativo, tecnológico o combinado, dimensionado tras el relevamiento.	Se cotiza por separado



6. Inversión y Forma de Pago

Referencias para implementación (no son cotización)

RELEVAMIENTO USD 1.500 ≈ 25 días hábiles. Se acredita al 100% contra la implementación si SMID avanza.	DESARROLLO ≈ USD 3.000 por hito ≈ 2 meses por hito. Un plan inicial de 1–3 hitos equivale a ≈ USD 3.000–9.000. Referencia, no cotización.	OPERACIÓN MENSUAL Plataforma: USD 300/mes, empresas y usuarios ilimitados. Uso, empleados IA, conexiones e integraciones y soporte operativo/técnico: variables, a estimar tras el relevamiento.
--	---	---

7. Términos y Condiciones

Alcance de la Fase 1

- El relevamiento cubre la generación de leads de SMID y su gestión posterior, el modelo multicliente, la preparación del equipo y un flujo piloto de cliente. No incluye desarrollo ni soporte; se cotizarán tras el diagnóstico.

Deducibilidad

- Si SMID contrata la implementación, el 100% del pago del relevamiento (USD 1.500) se aplica como crédito contra el costo total del desarrollo cotizado. Ejemplo: si el primer hito cuesta USD 3.000, después de aplicar el crédito quedan USD 1.500 de saldo de desarrollo. Plataforma, uso y soporte se cotizan por separado.

Forma de pago

- El relevamiento se abona antes del kickoff. Uplabs AI LLC acepta transferencia o tarjeta de crédito o débito.

Facturación

- Uplabs AI LLC factura desde Estados Unidos y entrega un recibo tras confirmar el pago.

Propiedad intelectual

- SMID recibirá los entregables del relevamiento para evaluarlos y planificar internamente. Los derechos de uso del software en la oferta comercial se acordarán en el contrato de implementación.

Confidencialidad

- Ambas partes protegerán la información compartida y no la divulgarán sin autorización escrita.

Cláusula de Confidencialidad: "Este documento de propuesta y todos los documentos e información relacionados proporcionados por Uplabs AI son confidenciales. Están destinados únicamente al uso del Cliente y sus representantes autorizados bajo esta cláusula de confidencialidad, que actúa como un Acuerdo de No Divulgación entre ambas partes. Esta información no debe compartirse, reproducirse ni utilizarse para ningún propósito distinto de su evaluación prevista sin el consentimiento previo por escrito de Uplabs AI."