<u>Índice</u>

Sección 1: Problema	1
Sección 2. La solución de Xxxxx	3
Sección 3. Descripción de los usuarios y del buyer persona	5
Apartado 4 Denominación social e identidad de marca	6
Sección 5: Modelo económico comunitario/descentralizado	7
Sección 6: Impacto del modelo de negocio en el backend	7
Sección 7. Front-end - UI/UX y características MVP	11
Sección 8: Web scraping - extracción de datos	12
Sección 9. Backend - base de datos relacional	13
Sección 10. Backend - base de datos semántica	14
Sección 11. Backend - base de datos vectorial	15
Sección 12: Integración de Chatbot	15
Anexos	

Sección 1: Problema

En el sector jurídico y fiscal faltan herramientas comunitarias que permitan a los profesionales interactuar sobre temas de actualidad.

Los profesionales que quieren distribuir sus contenidos recurren a :

- plataformas legales lanzadas por editores de revistas científicas que disponen de equipos editoriales internos para los contenidos Evergreen y que pagan a los autores en función de una tarifa por servicio totalmente desvinculada del coste de suscripción a dichas revistas. El coste de acceso a estas plataformas crea una enorme barrera de entrada para la difusión del conocimiento,
- público en general y redes sociales no especializadas, como LinkedIn.

En xxxxxxx, creemos que la <u>promoción de</u> contenidos jurídicos es apropiada para LinkedIn y deseamos una fuerte integración con esta plataforma. Sin embargo, la <u>publicación de contenidos jurídicos</u> en las plataformas editoriales existentes y en LinkedIn plantea una serie de problemas.

A continuación encontrará una serie de problemas relacionados con el uso de este tipo de plataformas:

Plataformas editoriales	LinkedIn
Barrera al conocimiento. El coste de suscripción	Legibilidad limitada. Los contenidos jurídicos
a estas revistas científicas es una barrera	largos y técnicos no son fácilmente legibles en
importante para abogados independientes,	una plataforma mobile-first. Las opciones de
abogados internos (PYME), académicos,	formato disponibles en LinkedIn son limitadas,
estudiantes, etc.	lo que dificulta la presentación clara y
	estructurada.
	contenido jurídico complejo, con referencias,
	citas y anotaciones.
Modelo de negocio centralizado. La	Fuera de tema. Contenido no nativo y fuera de
remuneración de los autores de contenidos	tema. Los contenidos científicos deben
científicos está muy desvinculada de los	competir con otros tipos de publicaciones,
importes que cobran estas plataformas de	como anuncios de empleo, actualizaciones
publicación y los incentivos para publicar se	personales y artículos de opinión.
basan exclusivamente en las "restricciones".	
y/o el deseo de crear una marca personal.	
No hay colaboración. No hay interacción	Publicaciones no permanentes. Las
posible entre los autores y sus lectores. Se trata	publicaciones se pierden (muy) rápidamente en
esencialmente de revistas en papel digitalizadas	un abigarrado feed de noticias.
y subidas a una plataforma de lectura, y no de	
fórmulas diseñadas y pensadas para la web. Por	
tanto, estas plataformas no facilitan el	
intercambio de ideas ni la creación de otras	
nuevas.	
conocimientos.	
Cuestiones de derechos de autor. Las	Protección insuficiente de los derechos de
plataformas pueden imponer restricciones	autor. Las publicaciones en LinkedIn pueden
estrictas al uso y la distribución de contenidos,	compartirse y copiarse libremente, lo que
limitando la capacidad de los profesionales del	puede dar lugar a infracciones de los derechos
Derecho para compartir libremente	de autor y a la distribución no autorizada de
información y análisis con sus homólogos y su	contenidos legales.
red profesional.	
Funciones de búsqueda limitadas. Interfaces	Falta de segmentación. Las publicaciones en
poco fáciles de usar con funciones de búsqueda	LinkedIn son visibles para un amplio abanico de
limitadas, es decir, búsquedas por palabras	profesiones e industrias, lo que dificulta llegar
clave que dan resultados masivos. Se trata de	a un público específicamente interesado en
funciones de búsqueda copiadas de los	contenidos jurídicos.
modelos anglosajones, que se adaptan mejor a	
los derechos	
(common law) que a los sistemas codificados	
de normas (civil law).	

Actualización del contenido editorial. Estas plataformas pueden tardar en actualizar su contenido editorial propio (costes fijos elevados y equipos editoriales limitados). La información disponible puede no reflejar las últimas novedades legislativas y jurisprudenciales y requiere referencias cruzadas entre distintas fuentes/plataformas. Esto multiplica los costes para los profesionales del Derecho. Es raro que un profesional trabaje con una sola solución, generalmente se trata de una combinación de varias soluciones/herramientas que tienen sus propios puntos fuertes y débiles.

Falta de moderación y control de calidad. LinkedIn no cuenta con un proceso específico de moderación o control de calidad de los contenidos jurídicos, lo que puede dar lugar a la difusión de información inexacta o desactualizada.

Plazos de publicación vinculantes. Los autores autónomos están sujetos a plazos estrictos de presentación a los consejos editoriales. Esto es difícil de compaginar con las obligaciones profesionales. importante.

Menor visibilidad de los contenidos científicos. El algoritmo de LinkedIn favorece las publicaciones con un formato breve (entre 1.200 y 1.600 caracteres como máximo) y penaliza los artículos (de x0,1 a x0,2 de alcance) y los boletines (de x0,2 a x0,2 de alcance). alcance x0,9).

Sesgo académico. Las revistas científicas pueden favorecer los artículos y análisis de académicos e instituciones de prestigio, dejando poco espacio a las contribuciones de otros profesionales del Derecho, como los profesionales, que podrían ofrecer

Falta de credibilidad. El uso de las principales redes sociales no siempre es percibido como una garantía de seriedad por algunos profesionales del Derecho (por supuesto, esta realidad está cambiando).

Falta de transparencia. Los procesos de selección y evaluación de artículos para su publicación pueden carecer de transparencia, lo que puede dar lugar a la publicación de contenidos de calidad desigual.

perspectivas diferentes y complementarias.

Falta de herramientas de colaboración. LinkedIn no ofrece herramientas específicas para facilitar la colaboración entre profesionales del derecho, como foros de debate dedicados, funciones de coautoría o espacios... lugares de trabajo compartidos.

Fragmentación de contenidos. Los contenidos suelen estar dispersos en diferentes revistas y plataformas, lo que dificulta el acceso a una visión completa y coherente de un tema o una cuestión jurídica concreta.

Sección 2. La solución de xxxxxxxxx

<u>Propuesta de valor:</u> una comunidad basada en IA y una red descentralizada para profesionales jurídicos y fiscales.

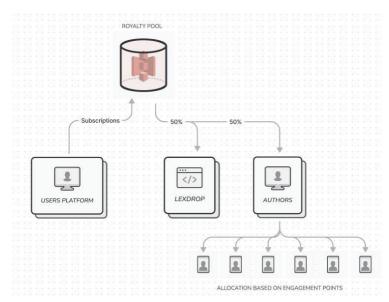
Queremos crear una plataforma inteligente e interactiva dedicada al derecho y la fiscalidad que permita intercambios directos entre profesionales.

Un modelo a caballo entre un código jurídico (comentado) y una red social de nicho.

El modelo de negocio consta de dos componentes esenciales: (i) una suscripción para acceder a los textos de los autores y (ii) una suscripción para acceder al chatbot llamado Lexia.

El contenido creado por los autores se perpetuará y articulará en torno a los textos jurídicos y las decisiones jurisprudenciales pertinentes. Los autores serán remunerados sobre la base de una cuota

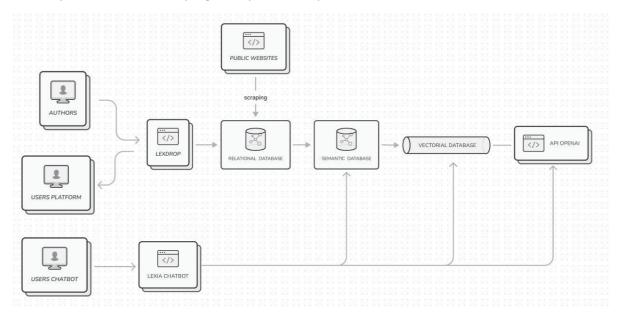
predefinida de los ingresos procedentes de la primera fórmula de suscripción mencionada anteriormente (el Fondo de **Regalías**). A continuación, el Fondo de Regalías se distribuye entre los autores en función del número total de interacciones de los usuarios con su contenido y del valor asignado a su contenido por Xxxxx. Cuanto más consultado sea un contenido, más puntos ganará y más derechos tendrá sobre el Fondo de Regalías.



El objetivo es permitir a los autores generar ingresos pasivos compartiendo sus conocimientos jurídicos en la plataforma.

A continuación, el contenido creado por los autores será mejorado por un chatbot (lexia) con funcionalidades avanzadas que podrá (i) realizar búsquedas en profundidad indicando al usuario el contenido más relevante (Búsquedas semánticas) y (ii) responder preguntas (Respuesta a preguntas).

La interacción entre los dos paquetes de suscripción distintos pretende crear un círculo virtuoso entre los autores, que reciben una gran compensación por crear sus contenidos, y el refuerzocontinuo de una herramienta de inteligencia artificial (IA) que aprende de los contenidos enviadospor los autores y de las reacciones o preguntas planteadas por los lectores.



Este modelo de negocio pretende desarrollar la base de datos y la herramienta de investigación jurídica más competitiva del mercado.

Sección 3. Descripción de los usuarios y del buyer persona

El mercado objetivo de xxxx es exclusivamente B2B.

Esto incluye bufetes de abogados, abogados internos, contables, asesores fiscales, notarios, etc. No excluimos a los estudiantes de Derecho (por ejemplo, a través de las facultades de Derecho), que también pueden ser autores para generar unos ingresos secundarios/complementarios.

Sin embargo, los particulares <u>no</u> son un objetivo comercial. La plataforma no pretende divulgar contenidos jurídicos/científicos. La red se centra en los profesionales.

La plataforma xxxxx tendrá 5 categorías distintas de usuarios:

Harrania a sustritus		
Usuarios gratuitos	Estos usuarios no podrán buscar textos legislativos ni jurisprudencia	
	de los tribunales. Los usuarios gratuitos podrán interactuar con los contenidos gratuitos (comentarios,	
	contenidos gratuitos (comentarios, likes, shares en LinkedIn).	
	·	
Usuarios Premium	Estos usuarios tendrán acceso a los contenidos de los autores. Podrán	
	interactuar directamente con los contenidos creados por los Autores,	
	hacer preguntas, etc.	
Usuarios corporativos	Estos usuarios son empresas (por ejemplo, bufetes de abogados y	
·	contables) podrán beneficiarse de cuentas "corporativas" para publicar	
	contenidos de reacción o decisiones jurisprudenciales en nombre y por	
	cuenta de su empresa con el fin de aumentar su visibilidad comercial y	
	su posicionamiento temático en relación con determinados temas, por	
	ejemplo, el bufete de abogados X publica sobre fusiones y	
	adquisiciones para posicionarse en el nicho como experto en la	
	materia.	
	Los empleados que deseen desarrollar su propia reputación (<i>marca</i>	
	personal) tendrán un incentivo para contratar una cuenta Premium	
	individual (Usuarios Premium) con el fin de no	
	publican sistemáticamente en la cuenta de empresa de su empleador.	
Autores		
Autores	Los autores que publiquen en Xxxxx deben ser Usuarios Premium. Las publicaciones pueden adoptar diferentes formas, es decir, textos,	
	·	
	diapositivas, vídeos, podcasts, jurisprudencia inédita y esto junto a los	
	textos jurídicos pertinentes. Esto dará lugar a la creación de códigos	
	jurídicos comentados,	
	evolutiva e inteligente.	
Autores VIP	Autores más experimentados que han pasado por un proceso de	
	validación por parte de Xxxxx para alcanzar el estatus VIP. Serán los	
	únicos que podrán avalar el contenido de otros autores paraaumentar	
	la visibilidad de ese contenido. La validación del contenido por parte de	
	uno o varios Autores VIP aumenta la comodidad del usuario con la	
	calidad del texto, por lo que es normal que	
	para dar más visibilidad.	
	1 -	

El **Buyer Persona** será el Usuario Corporativo que paga la suscripción para sus empleados.

Las expectativas del comprador persona son, por orden de importancia, las siguientes:

- Aumentar la eficacia de los empleados con búsquedas semánticas y respuesta a preguntas;
- controlar su presupuesto (precios competitivos);
- herramienta de visibilidad que puede atraer clientes, contratar empleados y aumentar su visibilidad general ante sus iquales (componente comunitario);
- fuente de diversificación de los ingresos (componente descentralizado)

El **usuario Premium** q u e no aprueba facturas pero que dedicará tiempo a la herramienta para responder a las solicitudes de su empleador podría describirse del siguiente modo:



Marie (24), legal trainee

Marie graduated in Law (magne cum laud) from the University of Brussels last year. She is passing her bar exams in a few months. She lives a shared house in the city center of Brussels with other young professionals. She earns EUR 6200/month gross and is self-employed. She is planning to enroll in a LLM at Columbia University (NYC) as of next year. She currently spent a lot of time applying for scholarships. She loves cooking and spending time with friends and colleagues in a trendy bar next to the office.



Ester (37), paralegal

Ester works as a paralegal in a boutique law firm. She is got a bachelor in law, but takes evening classes to complete her master degree and passes the bar. She lives in the country-side with her husband and their 2 kids. She is responsible for the firm's library and she is regularly entrusted with technical researches in corporate law matters. She has a lot of experience in case law researches. She is an employee and earns approx. EUR 2240/month. During her free time, she loves cooking, reading and walking in the woods.



Johan (53), legal counsel

Johan has been head of tax in an electricity production company for more than 15 years. He is graduated in economics and obtained a complementary degree in tax. He is responsible for all the tax aspects of the company (VAT, corporate tax, etc.). He leads a team of 3 accountants. He regularly relies on external advisors, but the budget are limited. As a result, he often must carry out researches by himself. He earns EUR 5500/month net (excluding benefits). He loves music and traveling. He is divorced and has 3 kids (2 studying law).

Obviamente, los usuarios tendrán un impacto importante en la decisión de adquirir y mantener una suscripción a xxxxxxxxx.

Las necesidades de los Usuarios Premium son, por orden de importancia, las siguientes:

- una aplicación web clara y legible que le permita moverse con rapidez (Chatbot y búsqueda semántica);
- resultados ordenados por relevancia real y no sólo en función de palabras clave (búsqueda semántica y componente comunitario con una forma de validación de los contenidos más relevantes por parte de otros usuarios de la plataforma);
- funciones autoexplicativas (no hay ganas de invertir en una curva de aprendizaje clara UI/UX);
- contenidos temáticos y directos (vertientes comunitaria y descentralizada incentivo económico suficiente para que los autores produzcan contenidos de calidad).

Apartado 4 Denominación social e identidad de marca

• <u>Lex:</u> en latín, la ley escrita, por oposición a usus ("costumbre, derecho consuetudinario"). Se refiere, por tanto, al derecho posterior a la introducción de la escritura. La palabra "*lex*" deriva del verbo "*legere*" (leer). El concepto de "*lex*" puede entenderse, por tanto, como "*derecho que se lee*".

• <u>Drop:</u> la palabra está relacionada con el ideoma "drop someone a line" (escribir una carta a alguien, especialmente una carta corta e informal). La idea es que se puede escribir una carta de manera informal a otra persona.

Sección 5: Modelo económico comunitario/descentralizado

Los ingresos generados por la plataforma pueden presentarse del siguiente modo:

Miembr o	Premium	LexIA	Empresa
 Acceso a textos jurídicos (scraping) Acceso a la jurisprudencia (scraping y carga manual) Búsquedas avanzadas con filtrado Pantalones cortos Lex (máx. 250 palabras) 	 Acceso a los textos de los autores Posibilidad de interactuar con los autores (comentarios, preguntas) Búsquedas avanzadas con filtrado Alertas y seguimiento de actualizaciones legislativo 	 Acceso a contenidos premium Acceso a LexIA para funciones de búsqueda semántica y respuesta a preguntas 	- Acceso a contenidos premium y LexIA - Aumente la visibilidad de su empresa con una herramienta de publicación específica - Acceso a una base de datos jurídica personalizada - Asistencia especializada y prioridad
Gratuito	9/mes 90/mes (ofertas de 2	39 euros/mes + paquete de fichas 390/año (2 meses	59 euros/mes (+9 euros/mes por empleado*) + paquete de fichas 590/año (2 meses
	meses)	gratis)	gratis)

^{*}El paquete corporativo incluye 3 cuentas de usuario

Los paquetes de tokens se definirán en función del uso y consumo normales de la aplicación web.

Sección 6: Impacto del modelo de negocio en el backend

El modelo de negocio estará (parcialmente) descentralizado.

Los ingresos por suscripciones premium serán:

- retenido por Xxxxx al 50% (punto de equilibrio estimado sobre la base del modelo freemium y la redistribución máxima para favorecer el índice de penetración frente a los grandes operadoresdel mercado y la creación de contenidos); y
- redistribuido hasta el 50% a los creadores de contenidos (el **fondo de derechos**).

La distribución del Fondo de Regalías se realiza sobre una base algorítmica y objetiva en función de las interacciones sociales entre los Usuarios y los Autores que pagan.

La clave de distribución que se utilizará en el backend para asignar "puntos" a cada Autor será la

siguiente:

Acción	Puntos
Lectura por página (en términos de UX, los textos largos	4 puntos por página (haga clic en "siguiente" o en
serán	un
presentado con un sistema de paginación y <u>no</u> con un	número de página específico)
scroll infinito para que el seguimiento se realice pulsando	
sobre un	
botón).	
Reproducción de diapositivas	1 punto por clic en la siguiente diapositiva
Escuchar por podcast	6 puntos por minuto de escucha del podcast
Visualización de vídeos temáticos	15 puntos por minuto de visionado
Infografía	20 puntos
Casos prácticos	4 puntos por página
Modelos (por ejemplo, modelos de contrato)	8 puntos por página
Seminarios en línea	50 puntos por inscribirse en un seminario web,
	10 puntos por minuto de participación
Le gusta	10 puntos (independientemente del tipo de
	contenido)
Comentarios o preguntas de los usuarios	15 puntos (independientemente del tipo de
	contenido)
Respuesta del autor a un comentario de un usuario	20 puntos (independientemente del tipo de
·	contenido)
Compartido por un usuario en LinkedIn	100 puntos (independientemente del tipo de
	contenido)
Validación (sólo autores VIP)	250 puntos

Medidas para prevenir los abusos:

En resumen, las normas antiabuso en esta fase son las siguientes:

Principi O	Aplicación
Limitación de los puntos trimestrales	Máximo: 15% del fondo común de derechos por autor
Plazo de conservación para la creación de puntos	3 meses de abono transcurridos o pago anual
Límite a la creación diaria de puntos	Máximo de 400 puntos por día
No hay cálculo <i>pro rata temporis</i> para las suscripciones cancelado durante el mes natural (opcional)	Anulación después de 3 meses y 10 días, 0 puntos
Tiempo de lectura antes de que se concedan puntos por evitar el spam	30 segundos en la página
No se asignan puntos a su propio contenido	Usuario > Texto del usuario = 0 puntos
Límite a la asignación mensual de puntos por un mismo contenido	El usuario ya ha otorgado puntos a un contenido 5 veces en un mes = no hay premio complementaria.

1. <u>Límite de puntos</u>: para evitar que determinados autores acaparen una parte demasiado grande del Fondo de Derechos, se introducirá trimestralmente un límite de puntos por autor. Una vez alcanzado este tope, los puntos adicionales no se contabilizarán para el reparto de derechos y se atribuirán a la propia plataforma.

El número máximo de puntos por Autor (particular o empresa) se fija en un total del <u>15% del</u> <u>Fondo de Regalías</u>.

2. Periodo de retención para nuevos Usuarios Premium: para evitar abusos por parte de Usuarios Premium que han elegido una suscripción mensual y cancelan su suscripción después de haber generado puntos para sus autores favoritos, se introducirá un periodo de retención mínimo de 3 meses de suscripción. Los puntos generados por estos usuarios sólose tendrán en cuenta después de este periodo de retención.

Para los Usuarios Premium que también sean Autores, los puntos sólo se abonarán al final del trimestre. En caso de cancelación de una suscripción Premium con pagos mensuales <u>antes de</u> que finalice este periodo trimestral, los puntos acumulados por el Autor se perderán y se redistribuirán entre otros Autores activos en la plataforma.

No hay periodo de retención para los Usuarios Premium que hayan elegido un plan de pago anual;

3. <u>Limitación del número de me gusta, comentarios y respuestas por Usuario Premium:</u> Para evitar comportamientos abusivos y spam, el número de puntos que se pueden generar por Usuario Premium para influir en el Fondo de Regalías se limitará a 400 puntos al día.

Esto equivale a 100 lecturas de páginas al día, 67 minutos de podcast al día, 27 minutos de reproducción de vídeos al día, 40 me gusta al día, 27 comentarios o preguntas o 4 contenidos compartidos en LinkedIn.

En condiciones normales, un ejemplo de acciones combinadas para alcanzar el umbral de 400 puntos sería el siguiente:

Acciones de un usuario/día	Punto
	S
32 páginas leer	128
5 minutos de vídeo	72
Podcast de 10 minutos	60
20 diapositivas	20
3 gustos	30
2 comentarios	30
1 compartir en LinkedIn	100
Total	440 puntos con un tope de 400 al
	día

Después de este total diario, el Usuario Premium puede, por supuesto, seguir interactuando con la plataforma, pero ya no tendrá ningún impacto en la asignación de puntos a efectos del Fondo de Regalías, hasta las 00:01 del día siguiente.

4. <u>Cancelación durante el mes natural: Las</u> suscripciones Premium mensuales o anuales que se cancelan en el transcurso de un mes natural (es decir, las que no cubren un mes natural completo) no dan lugar a un cálculo prorrateado. Todos los puntos acumulados por un Autor

durante el mes de cierre de la suscripción se <u>excluyen automáticamente</u> del cálculo para la distribución del Fondo de Regalías. En su caso, sólo se tendrán en cuenta para el cálculo del pago trimestral debido al Autor los puntos relativos al último mes o meses naturales efectivamente cerrados.

<u>Por ejemplo:</u> un Usuario Premium elige una fórmula de suscripción mensual el 4 de enero, y está suscrito sin interrupción hasta el 28 de marzo, fecha en la que cancela su suscripción. Como Usuario Premium, sólo se tendrán en cuenta los puntos generados en enero y febrero en beneficio de los Autores. Además, como Autor que ha publicado

en la plataforma, los puntos generados en marzo se pondrán a cero. Además, los puntos obtenidos en enero y febrero no se tendrán en cuenta para el pago trimestral del 31 de marzo, ya que no habrán alcanzado su periodo mínimo de retención de 3 meses.

- 5. <u>Imponer un retardo entre clics en páginas y diapositivas</u>: Para evitar que los Usuarios Premium hagan clic rápidamente en los botones "siguiente" sin leer realmente el contenido, se impondrá un <u>retardo mínimo de 30 segundos</u> entre clics para que se tengan en cuenta los puntos.
- 6. <u>No concesión de puntos por contenidos propios:</u> Los Usuarios Premium no podrán conceder puntos que influyan en el Fondo de Regalías por contenidos que hayan publicado ellosmismos.
- 7. <u>Número máximo de lecturas validadas al mes:</u> Los Usuarios Premium no podrán generar puntos por un mismo contenido más de 5 veces al mes.

Asignación mensual de puntos :

Los puntos se suman al final de cada mes (30 días):

50% de los abonos pagados durante todo el mes número total de puntos generados en la plataforma durante todo el mes

Pago trimestral de puntos :

Los pagos se realizan al final de cada <u>trimestre</u> (a través de una integración de Stripe y un Excel de pago que se entregará al contable). Es decir, 4 pagos al año para reducir la carga administrativa.

<u>Ejemplo:</u> un número constante de 1.000 Usuarios Premium con pago mensual * 9 EUR/mes = 9.000 EUR/mes (IVA incl.), 7.110 EUR/mes (IVA excl.), es decir, un total de 21.330 EUR (IVA excl. al final del trimestre).

Al final del trimestre, se repartirá una cantidad de <u>**10.665 euros**</u> entre los Autores en función de las Acciones generadas por sus contenidos.

Autores	Punto s	% Pool de derechos	Royalties (EUR)
Autor A (empresa)	10.500	15%	1.600
Autor B (privado)	3.350	4.79%	511
Autor C (empresa)	9.680	13.83%	1.475
Autor D (privado)	6.770	9.67%	1.031
Autor E (privado)	3.750	5.36%	572
Autor F (empresa)	35.950	51.36%	5.478

64.680	100%	10.665 EUROS

Por supuesto, el contenido histórico sigue siendo relevante para el cálculo de puntos en cada mes, es decir, es posible que un texto de referencia se consulte durante años y genere así puntos "Por eso es mejor centrarse en la calidad de los contenidos que en la cantidad.

La aplicación contendrá un tablero individual en el que cada autor podrá consultar:

- sus puntos de compromiso para cada mes;
- el valor actual de puntos para ese mes:

50% des souscriptions payées pour le mois complet nombre total de points générés pour le mois complet

- importes abonados en trimestres anteriores;
- la lista de contenidos publicados por este autor en la plataforma;
- comentarios de los usuarios premium sobre sus propios contenidos para que puedan responder fácil y rápidamente (sin tener que buscar sus propios contenidos en la plataforma para responder);
- facturas en formato PFG;
- datos personales, datos de pago, etc.

Una <u>tabla de clasificación</u> (para compararse con otros autores) y un sistema de clasificación con notas (sensación de progresión y gamificación). Dentro de la tabla de clasificación, solo se podrá ver el número total de puntos por autor <u>para el trimestre en curso</u>, así como la posición de cada autor en la clasificación trimestral.

Por lo tanto, la clasificación se restablece al final de cada trimestre (sin datos históricos).

Así, los autores se ven empujados a mantener sus contenidos actualizados y a compartirlos en LinkedIn para (i) mantener continuamente su posición competitiva frente a otros autores y (ii) aumentar el valor absoluto del punto promoviendo la entrada de nuevos usuarios premium en la plataforma.

Sección 7. Front-end - UI/UX y características MVP

Un diseño moderno e innovador que prioriza la <u>legibilidad de la i</u>nformación porque sigue siendo, ante todo, una herramienta de investigación y lectura jurídica.

Para la aplicación del front-end se han previsto varias herramientas:

- <u>bubble.io:</u> suscripción ya pagada (modelo de negocio bloqueado hasta mediados de 2024), pero dado el modelo de negocio (véase la sección 6) que pensaba establecer a través de backends de flujos de trabajo y la cantidad de llamadas a la API, ¿sigue siendo viable a largo plazo? ¿Qué sentido tiene utilizar la plataforma durante 1 año si no es viable económicamente? ¿Cómo optimizar los aspectos de redistribución del modelo de negocio?
- <u>Weweb:</u> parece ideal para el front-end, pero ¿cómo se gestionan los flujos de trabajo del back-end que tienen en cuenta todas las interacciones en las páginas? ¿Se necesita una solución codificada a mano en vue.js que se pone en Github y que se integra en la herramienta?

Flutterflow: la herramienta parece ofrecer muchas ventajas, pero el rendimiento de Flutt en el escritorio es cuestionable para una aplicación que manipulará muchos datos textual (y que será desktop-first para buscar, leer, publicar textos, etc.).		

Sección 8: Web scraping - extracción de datos

El raspado web se basa inicialmente en 3 fuentes distintas:

Fuente 1

El "web scraping" sólo afecta a los datos públicos de los sitios gubernamentales:

Código de Sociedades y Asociaciones	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2019/03/23/2019A40586/justel
Código de Derecho Económico	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2013/02/28/2013A11134/justel
Código de Derecho Internacional	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2004/07/16/2004009511/justel
Privado	
Código Civil - Libro 1 (General)	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2022/04/28/2022A32057/justel
Código Civil - Libro 2 (Parejas)	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2022/01/19/2022A30600/justel
Código Civil - Libro 3 (Propiedad)	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2020/02/04/2020A20347/justel
Código Civil - Libro 4 (Sucesiones)	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2022/01/19/2022B30600/justel
Código Civil - Libro 5 (Obligaciones)	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2022/04/28/2022A32058/justel
Código Civil - Libro 8 (Pruebas)	http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2019/04/13/2019A12168/justel

Fuente 2

Toda la legislación fiscal (IVA, impuesto sobre la renta, tasas de registro, aduanas, etc.) está en otro sitio web mantenido por el Ministerio de Hacienda.

Los textos sólo se actualizan y coordinan una vez al año (código 2022, código 2023, etc.): htps://eservices.minfin.fgov.be/myminfin-web/pages/public/fisconet/naviga�on/098e3428-66e6-4607-8053-41220fad356f,aa198ee9-44e7-45f6-bb27-2666adc3641f,3cd568fe-583e-4096-b690-94c72c8d2dd5,5129f3eb-c622-47ac-950b-74e71ff90f5a,1a588dcd-e9da-46b5-ae56-2cda640daddb

Por lo tanto, es necesario un seguimiento de los cambios recientes que incluya todo el contenido nuevo (incluidas las leyes, pero sin limitarse a ellas), como preguntas parlamentarias, comentarios administrativos, etc.

htps://eservices.minfin.fgov.be/myminfin-web/pages/public/fisconet/changes/es/4/2023

Fuente 3

https://juportal.be/moteur/formulaire.

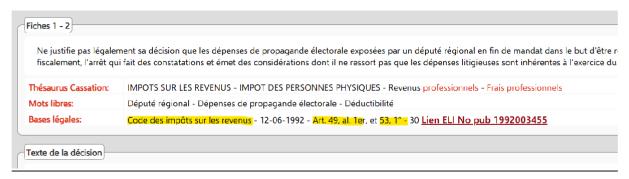
Hay un captcha en el formulario de búsqueda (¿proporcionar bypass?)

Por supuesto, cada día hay nuevas decisiones judiciales. Por eso es necesario un seguimiento regular.

He aquí un ejemplo de decisión judicial que puede encontrarse a través del formulario de búsqueda. La idea es capturar la decisión judicial y vincularla al artículo pertinente de la ley dentro de la base de datos relacional.

En este caso, la decisión del Tribunal de Casación está vinculada al artículo 49 y al artículo 53 del Código del impuesto sobre la renta. Así, al leer el artículo 49 o 53, uno se encuentra también con las decisiones jurisprudenciales pertinentes.

https://juportal.be/content/ECLI:BE:CASS:2014:ARR.20141030.5/FR?HiLi=eNpLtDKzqs60MrAutjK1Uk oSswsVrLOtDIE8g1NrJQKivLTUouLM/Pz8lJzwDJGEJVuQY6ewSC+MZQP02kC1RkQ5O/mGhzs6e/n5+o DVmkKk0EzsxYAT78oJg== La creación de la relación entre la jurisprudencia y los textos legales se ve facilitada por la presencia de la sección "fundamentos jurídicos", que ofrece los artículos pertinentes:



Por supuesto, una decisión jurisprudencial puede referirse a varios actos legislativos. Además, un artículo de la ley tendrá potencialmente una multitud de decisiones jurisprudenciales que lo comenten.

El punto de partida para articular contenidos por silos es el texto legal.

Por ejemplo, en el código del impuesto sobre la renta hay unos 500 artículos de ley. Obviamente, esto varía de una ley a otra (por ejemplo, el Código Rural tiene 50 artículos).

Como referencia, <u>no</u> sólo habrá la categoría "jurisprudencia" en el silo "texto de ley nº X", hay otras categorías de contenido que deben colocarse en los silos (decretos de aplicación del texto de ley, preguntas parlamentarias sobre el texto de ley, texto del autor comentando el texto de ley, etc.). - véase la sección de la base de datos más abajo).

Fuente 4

¿Es posible programar un scraping periódico de las fuentes 1 a 3 para comprobar y, en caso necesario, recopilar nuevo material en cuanto se publique?

Posibilidad de ofrecer un portal para la carga manual de decisiones no publicadas y un punto final para almacenar los textos de autor creados en la plataforma.

Sección 9. Backend - base de datos relacional

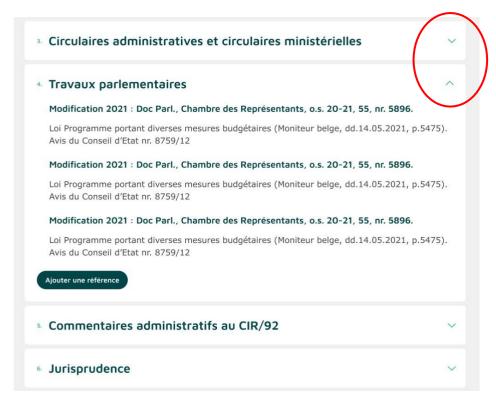
Como puede verse en la Figma, los datos están estructurados sobre una base altamente relacional con el texto de la ley como punto de partida (en términos de UX).

Aquí, un primer borrador de modelado de datos :

https://www.figma.com/file/Zq2d89ZL54RjIJ9UBxsfl1/Canwe-database-uml-(Community)?node-id=103%3A1437&t=LDD1DQ0qaFhNrzmE-1

[Es la primera vez que hago esto y no tengo conocimientos técnicos, así que se agradecen las correcciones y los consejos].

En la parte frontal, veremos, bajo el texto del artículo de derecho, un silo con todas las categorías de contenido en forma de "secciones plegables" para una mayor legibilidad.



Cuando publique un artículo de autor, dispondré de un sistema de etiquetado manual en mi formulario RichText para especificar la relación con la legislación pertinente.

¿Qué base de datos se ha utilizado? ¿Una recomendación?

- <u>Firebase:</u> no parece óptimo para una base de datos jurídica. Entiendo que es NoSQL (mientras que los datos jurídicos son altamente relacionales) y la sincronización en tiempo real (que no es, en sí mismo, esencial para las características de Xxxxx. Excepto, para las características de comentarios y tweets de noticias evitar tener que refrescar la página constantemente)?
- <u>Xano:</u> mi preferencia por el momento. Se pueden ver claramente las tasas en caso deescalado y no tiene código, por lo que puedo manejarlo fácilmente. Queda por ver si es posible crear todas las conexiones necesarias.
- <u>Supabase:</u> Tengo la impresión de que el producto ofrece más flexibilidad para los desarrolladores que Xano (obviamente no es tan fácil acostumbrarse). Además, el precio es menos claro, pero es de código abierto, así que supongo que no estás bloqueado si quieres cambiar de base de datos.

Necesitaría una recomendación técnica al respecto. También estoy abierto a otras opciones.

Por último, ¿qué pasa con los ecosistemas de AWS o Azure? Si no me equivoco, integran todos estos servicios de forma nativa (OpenAI para Azure más herramientas ML).

Sección 10. Backend - base de datos semántica

Entiendo que es útil crear una base de datos semántica para representar y gestionar las relaciones entre conceptos, entidades y términos jurídicos.

A este respecto, entiendo que tengo que definir una serie de restricciones que se tendrán en cuenta durante la búsqueda semántica, como por ejemplo

- La **jurisdicción** sólo mira los datos de la jurisdicción elegida por el usuario (¿o una base de datos por jurisdicción con un desplegable en el chatbot?)
- **Asuntos jurídicos** (fiscales, civiles, penales). La misma restricción debe aplicarse a la jurisdicción (¿a nivel del marco bot?);
- Un **nivel de confianza**, es decir, no responder si el bot no está seguro de la respuesta;
- Un **nivel de frescura/actualidad**, es decir, dar prioridad a las fuentes que traten los últimos cambios legislativos o, si no hay fuentes recientes (definir un umbral para el concepto de Si la respuesta es "reciente", especifique las fechas de la información utilizada para la respuesta;
- Un nivel de pertinencia, es decir, definir "reglas de interpretación" como favorecer el texto de la ley > jurisprudencia > trabajos parlamentarios > comentarios administrativos > textosde autores.
- **Normas de copyright**, para fuentes no jurídicas, cita o parafrasea a los autores para evitar problemas de copyright;
- Reglas lingüísticas, ¿cómo tratar los textos neerlandeses?
- Normas de documentación mediante hipervínculos a la jurisprudencia a la que se hace referencia.

Por supuesto, habrá que introducir una serie de cláusulas de exención de responsabilidad en el frontend.

Sección 11. Backend - base de datos vectorial

Entiendo que es útil crear vectores para datos textuales utilizando una técnica de codificación (como las incrustaciones) y almacenarlos en una base de datos vectorial que complemente las bases de datos relacionales y semánticas.

Entiendo que partiendo de los datos de la base de datos relacional/semántica y de los datos vectoriales, luego consultamos GPT a través de la API OpenAI. Lo que todavía no me queda claro es cómo encajamos todo esto en una única consulta a GPT. Si tenemos jurisprudencia, textos de autores, trabajos parlamentarios, ¿cómo presentamos todo esto en un prompt para empujarlo a formular una respuesta?

Sección 12: Integración de Chatbot

Entiendo que es útil utilizar una plataforma de conversación de IA (por ejemplo, Rasa, Dialogflow o Microsoft Bot Framework) para gestionar el flujo de diálogo, la intención y las entidades.

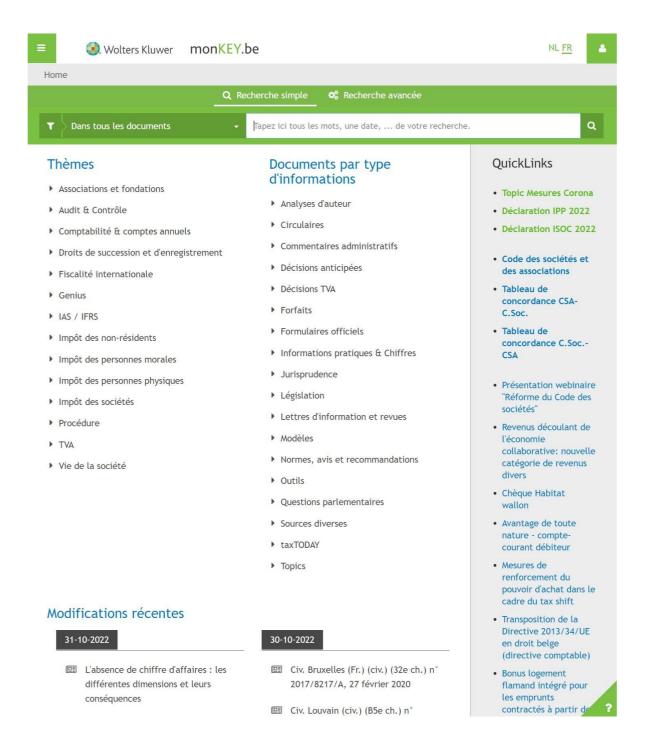
Más allá de eso, necesito un front-end sin código para poder iterar sobre las características de la aplicación en función de los comentarios de los clientes, las pruebas A/B, etc.

Como no soy un experto en tecnología, necesito una API bien documentada y relativamente fácil de usar para gestionar la relación entre el marco del chatbot, los datos relacionales y la búsqueda semántica.

Por último, ¿cómo podemos prever la <u>supervisión de los</u> tokens utilizados por los usuarios, de modo que las funciones de búsqueda semántica/respuesta a preguntas se bloqueen si se supera la cuota prevista (con la compra de tokens adicionales para los usuarios)?

* *

Apéndice - ejemplos de sitios competidores (UI/UX)



VERSION ACTUELLE

Art. 180

Ne sont pas assujettis à l'impôt des sociétés:

- 1° les intercommunales, les structures de coopération, les associations de projet, les régies communales autonomes et les associations visées à l'alinéa 2 qui, dans le cadre de leur objet social, à titre principal:
 - exploitent un hôpital tel que défini à l'article 2 de la loi coordonnée du 10 juillet 2008 sur les hôpitaux et autres établissements de soins; ou
 - exploitent une institution qui assiste des victimes de la guerre, des handicapés, des personnes âgées, des mineurs d'âge protégés ou des indigents;
- 2°24[...]
- 3° le Ducroire;
- 4° la Compagnie belge pour le Financement de l'Industrie;
- 5°[...];
- 5°bis le Fonds de participation, le Fonds de participation -Flandre, le Fonds de participation - Wallonie et le Fonds de participation - Bruxelles;
- 6° l'Opérateur de Transport de Wallonie;
- 7° la Société des Transports flamande et les unités d'exploitation autonome existant en son sein;
- 8° la Société des transports intercommunaux de Bruxelles;
- 9° les sociétés d'épuration des eaux régies par la loi du 26 mars 1971:
- 10° [...];
- 11° la société de droit public à finalité sociale Enabel, Agence belge de Développement;
- 12° la société anonyme de droit public Infrabel;
- 13° la société de droit public à finalité sociale APETRA.
- 13°[...]

Les intercommunales, les structures de coopération, les associations de projet, les régies communales autonomes et les associations visées à l'alinéa 1^{er}, 1°, sont:

- a) les intercommunales régies par la loi du 22 décembre 1986 relative aux intercommunales:
- b) les intercommunales régies par le décret de la Région wallonne du 19 juillet 2006 modifiant le Livre V de la première partie du Code de la démocratie locale et de la décentralisation et relatif aux modes de coopération entre communes:

VERSION(S) PRECEDENTE(S)

Retour à l'aperçu Aperçu des versions historiques Art. 180

Imprimer | Sauver

- Version valable à partir de <u>28 janvier 2022</u>
- Version valable à partir de 11 juin 2018
- Version valable à partir de 29 décembre 2017
- Version valable à partir de <u>11 décembre 2017</u>
- Version valable à partir de <u>20 décembre 2016</u>
- Version valable à partir de <u>18 août 2015</u>
- Version valable à partir de 29 décembre 2014
- Version valable à partir de <u>28 mai 2014</u>
- Version valable à partir de 31 décembre 2013
- Version valable à partir de 31 décembre 2009
- Version valable à partir de <u>2 octobre 2008</u>
- Version valable à partir de <u>28 décembre 2006</u>
 Version valable à partir de <u>7 décembre 2006</u>
- Version valable à partir de 31 décembre 2004

© 2022 Wolters Kluwer Belgium S.A. Disclaimer Privacy Conditions générales Politique en matière de cookies Conseils de navigation

Imprimer | Sauver

Art. 180

Art. 180

Ne sont pas assujettis à l'impôt des sociétés:

- 1° les intercommunales régies par la loi du 22 décembre 1986 relative aux intercommunales, ainsi que les intercommunales régies par le décret de la Région wallonne du 5 décembre 1996 relatif aux intercommunales wallonnes, les structures de coopération, à l'exception des associations interlocales, régies par le décret de la Communauté flamande du 6 juillet 2001 portant réglementation de la coopération intercommunale, et les associations de projet régies par le décret de la Région wallonne du 19 juillet 2006 modifiant le Livre V de la première partie du Code de la démocratie locale et de la décentralisation et relatif aux modes de coopération entre communes;
- 2° la SA "Waterwegen en Zeekanaal", la SA "De Scheepvaart", la SCRL Port autonome du Centre et de l'Ouest, la Compagnie des installations maritimes de Bruges, le Port de Bruxelles, les régies portuaires communales autonomes d'Anvers, Ostende et Gand et les ports autonomes de Liège, Charleroi et Namur;
- 3° l'Office national du ducroire;
- 4° la Compagnie belge pour le Financement de l'Industrie;
- 5°[...];
- 5° bis le Fonds de participation;
- 6° la Société régionale wallonne de transport public de personnes et les sociétés d'exploitation qui lui sont liées;
- 7° la Société des Transports flamande et les unités d'exploitation autonome existant en son sein:
- 8° la Société des transports intercommunaux de Bruxelles:
- 9° les sociétés d'épuration des eaux régies par la loi du 26 mars
- 10° [...];
- 11° la société de droit public à finalité sociale Coopération technique belge:
- 12° la société anonyme de droit public Infrabel;

Historique du texte

Al. unique

- 1° modifié par l'art. 36 de la L. du 22 décembre 2009 (M.B., 31 décembre 2009 (deuxième éd.)), en vigueur le 17 février 1997 en ce qui concerne les adaptations en matière d'intercommunales visées au décret de la Région wallonne du 5 décembre 1996 relatif aux intercommunales wallonnes, le 10 novembre 2001 en ce qui concerne les adaptations en matière de structure: de coopération visées au décret de Communauté flamande du 6 juillet 2001 portant réglementation de la coopération intercommunale et le 23 août 2006 en ce qui concerne les adaptations en matière d'associations de projet visées au décret de la Région wallonne du 19 juillet 2006 modifiant le Livre V de la première partie du Code de la démocratie locale et de la décentralisation et relatif aux modes de coopération entre communes (art. 43); 2° remplacé par l'art. 285 de la L. du 27 décembre 2006 (M.B., 28 décembre
- 2006 (troisième éd.)), produit ses effets à partir de l'exercice d'imposition 2005 (art. 289, al. 1^{er});

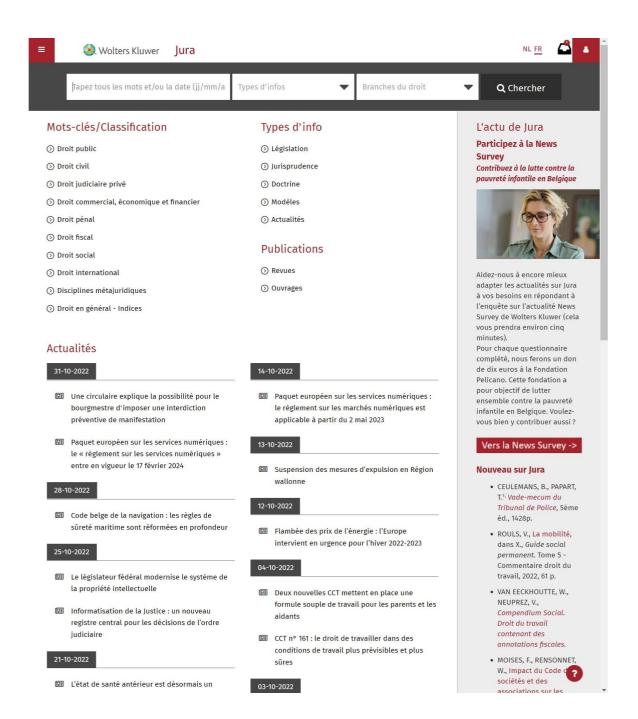
Retour à l'aperçu

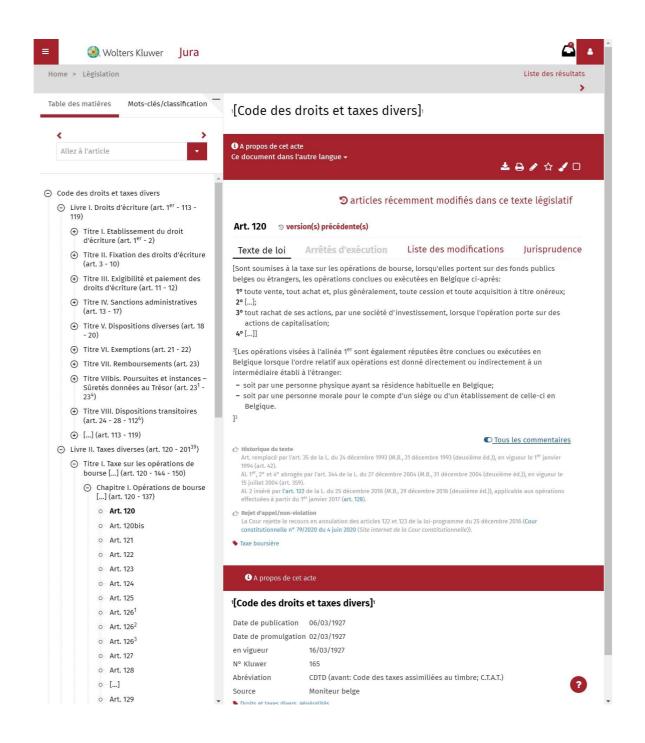
Ne sont pas assujettis à l'impôt des sociétés:

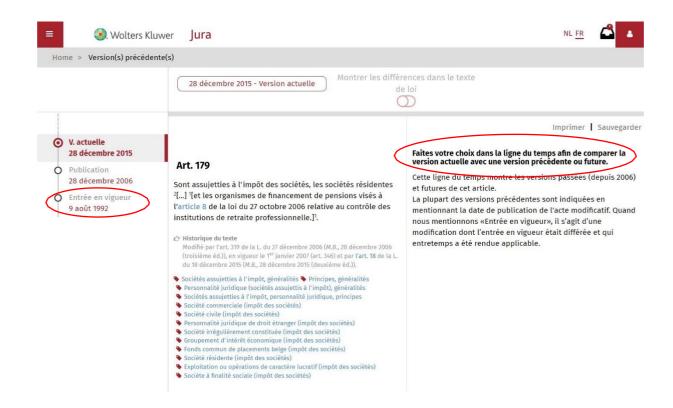
- 1° les intercommunales, les structures de coopération, les associations de projet, les régies communales autonomes et les associations visées à l'alinéa 2 qui, dans le cadre de leur objet social, à titre principal:
 - exploitent un hôpital tel que défini à l'article 2 de la loi coordonnée du 10 juillet 2008 sur les hôpitaux et autres établissements de soins; ou
 - exploitent une institution qui assiste des victimes de la guerre, des handicapés, des personnes âgées, des mineurs d'âge protégés ou des indigents;
- 2° 24[...]
- 3° le Ducroire;
- 4° la Compagnie belge pour le Financement de l'Industrie;
- 5°[...]:
- 5° bis le Fonds de participation, le Fonds de participation Flandre, le Fonds de participation - Wallonie et le Fonds de participation -
- 6° l'Opérateur de Transport de Wallonie;
- 7° la Société des Transports flamande et les unités d'exploitation autonome existant en son sein:
- 8° la Société des transports intercommunaux de Bruxelles:
- 9° les sociétés d'épuration des eaux régies par la loi du 26 mars
- 10° [...];
- 11° la société de droit public à finalité sociale Enabel. Agence belge de Développement;
- 12° la société anonyme de droit public Infrabel;
- 13° la société de droit public à finalité sociale APETRA.
- 13°[...]

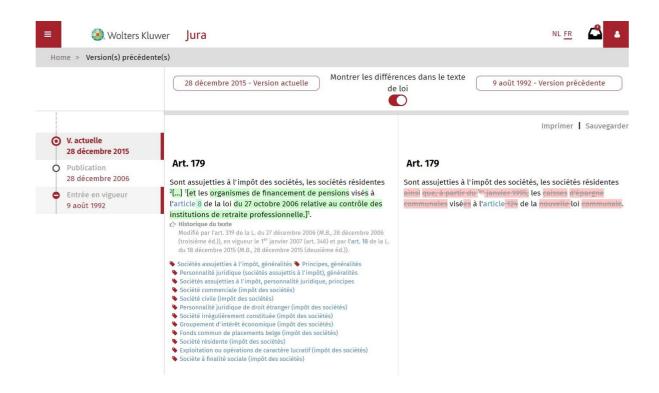
Les intercommunales, les structures de coopération, les associations de projet, les régies communales autonomes et les associations visées à l'alinéa 1er, 1°, sont:

- a) les intercommunales régies par la loi du 22 décembre 1986 relative aux intercommunales:
- b) les intercommunales régies par le décret de la Région wallonne du 19 juillet 2006 modifiant le Livre V de la première partie du Code de la démocratie locale et de la décentralisation et relatif aux modes de coopération entre communes;
- c) les structures de coopération, à l'exception des associations interlocales, régies par le décret de la Communauté flamande du 6 juillet 2001 portant réglementation de la coopération intercommunale:
- d) les associations de projet régies par le décret de la Région wallonne du 19 juillet 2006 modifiant le Livre V de la première partie du Code de la démocratie locale et de la décentralisation et relatif aux modes de coopération entre communes:















Bienvenue. Que cherchez-vous exactement?

Toutes les sources v Introduisez vos termes de recherche



Recherche dans la déclaration

Entrez un (une partie du) code ou un motclé:

Exemple 1234

Ou parcourez les déclarations de revenus et les comptes annuels :

- > Impôt des personnes physiques (IPP) 2022
- > Impôt des sociétés (ISOC) 2022
- > TVA
- > Exercices d'imposition précédents

Derniers documents

Code des impôts sur les revenus 1992 (art. 1er - 550) 01/11/2022 12:21

Titre II - Impôt des personnes physiques (art. 3 - 178/1) 01/11/2022 12:21

Chapitre III - Calcul de l'impôt (art. 130 -178 /1) 01/11/2022 12:21

> voir tous les documents



À la une 31/10/2022

IPP Frais professionnels

Arrêt de la Cour d'appel de Bruxelles du 15.07.2022 - Les amortissements d'aménagements d'immeuble ont été rejetés au motif que le bien concerné appartient à la mère de l'appelant. L'appelant invoque que les aménagements concernés ont été réalisés dans le cadre de son activité professionnelle ...

IPP Frais professionnels - fiches 281.50

frais d'avocat exposés dans le cadre de la défense d'un dossier fiscal en 1994, au motif qu'il s'agirait de dépenses personnelles et non pas professionnelles. Dans ses conclusions additionnelles, conformément à la jurisprudence et ...

Commentaires 28/10/2022

Obligation annuelle de déclaration des portefeuilles de cryptomonnaies ?

Un contribuable est tenu de mentionner ses comptes étrangers chaque année dans sa déclaration fiscale. Ses portefeuilles de cryptomonnaies aussi ? Le plus souvent, non ... Le ministre des Finances a récemment confirmé que certains portefeuilles de cryptomonnaies tombent sous le coup de l'obligation de communication au Point de contact ...



ThemaFISC

Documentation fiscale, structurée de manière pratique et rédigée par un expert



Guides Expert

Analyses approfondies de la législation fiscale, tenant compte de toutes les sources importantes



Sources officielles

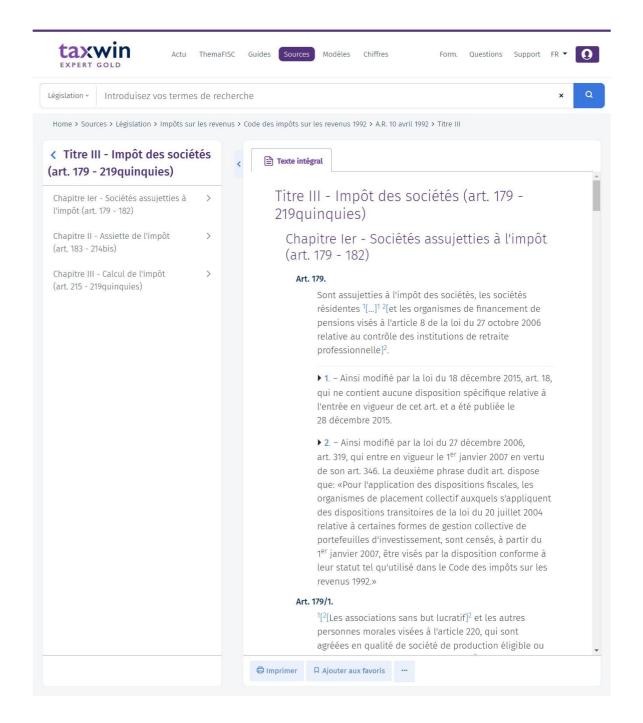
Décisions de jurisprudence, rulings, circulaires, toutes les règles fiscales et comptables

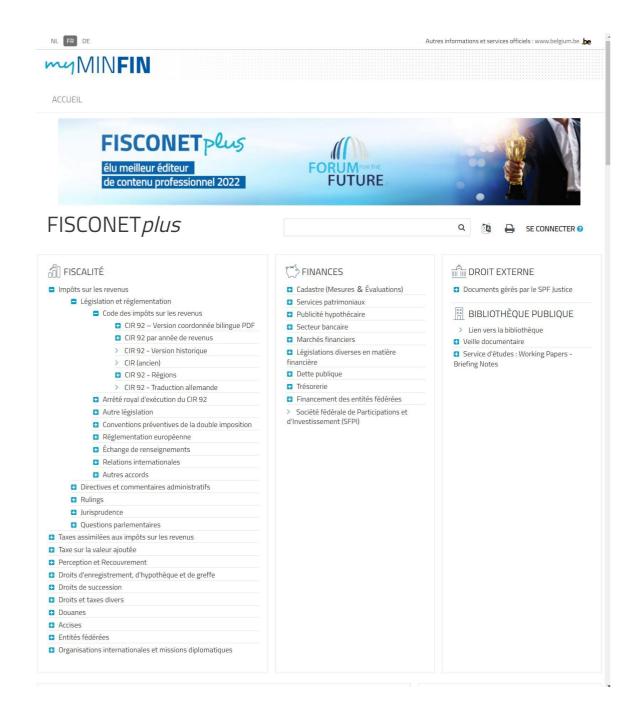


Modèles

Lettres et documents standards. outils de calcul pratiques et documents officiels prêts à l'emploi











myMINFIN

ACCUEIL



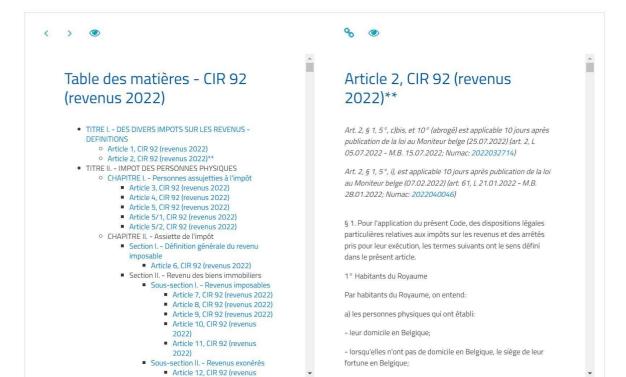
élu meilleur éditeur

de contenu professionnel 2022



FISCONET*plus*





Conditions d'utilisations | Contact | FAQ | Vie privée | Info espace personnel

