
This is the **published version** of the article:

Rodriguez Lopez, Juan Carlos; Matencio, Marcel, dir. Plan de Negocio de JSolution: una empresa de desarrollo web y marketing. 2021. 95 pag. (948 Grau en Empresa i Tecnologia)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/248143>

under the terms of the  license



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

PLAN DE NEGOCIO DE



UNA EMPRESA DE DESARROLLO WEB Y MARKETING

AUTOR: JUAN CARLOS RODRIGUEZ LOPEZ

NIU: 1458679

GRADO: EMPRESA I TECNOLOGÍA

TUTOR: MARCEL MATENCIO

FECHA: 25/05/2021

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer a mi familia y amigos por brindarme todo el apoyo moral necesario para poder sacar adelante en este trabajo. No vivimos una época fácil, y gracias a ellos todo esto ha podido ser un poco más fácil.

También agradecer a los profesores de mi carrera a los que he tenido que acudir en busca de consejo, soporte y ayuda en el desarrollo teórico y práctico de este trabajo. Todos esto es resultado de su profesionalidad y su habilidad de poder transmitir el conocimiento que permita resultados como este trabajo.

Sobretudo agradecer a Farmacia Del Rosari por confiar en mi conocimiento y mi habilidad adquirida durante estos años para poder confiarme un proyecto tan importante como el desarrollo de su futuro segundo canal de ventas y su desarrollo publicitario. Ellos han sido responsables de transmitirme toda la información necesaria para un desarrollo exitoso y los responsables del conocimiento adquirido en un sector tan necesario hoy en día como lo es el sector de la salud.

Finalmente, me gustaría agradecer a mi tutor Marcel Matencio, quien me ha guiado durante la elaboración de este Trabajo Final de Grado. Su conocimiento, consejo y habilidad en el sector empresarial me ha permitido aprender muchas cosas nuevas, y sobretudo, mantener una línea lógica y correcta en el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es la redacción de un plan de negocio para la creación e implantación de JSolution, una empresa que ofrece un servicio de desarrollo de plataformas webs, un servicio de desarrollo de campañas de marketing y un servicio de mantenimiento y control de estas, todos estos servicios enfocados a las pequeñas y medianas empresas que lo consideren necesario.

Esta idea surge de la necesidad que tienen los negocios de poder adaptarse al mundo tecnológico que nos envuelve hoy en día, y sobretodo en la actual necesidad originada por la crisis del Covid-19, una pandemia que ha traído consigo efectos devastadores para este sector, quienes más que nunca necesitan implementar un nuevo canal de ventas y publicidad de sus negocios, para así poder mantenerse vivos dentro del mercado.

Para la implementación y puesta en marcha de JSolution se ha decidido elaborar un plan de negocio, principal objetivo de este proyecto, donde se contemplará la realización de varios estudios como un análisis de la empresa tanto interna como exteriormente, un análisis de los competidores, y un análisis del público al que se busca llegar. Además de esto, se busca explicar cómo será el funcionamiento y la estructura de la misma, esto abarca la gestión del equipo de trabajo, el análisis financiero y los procedimientos a seguir a la hora de llevar a cabo las distintas actividades laborales dentro de la empresa.

Es importante destacar, que este proyecto no será meramente de desarrollo teórico, ya que se ha buscado demostrar que realmente esta empresa podría funcionar en la realidad y por ello se ha desarrollado una plataforma web la cual está disponible accediendo al link <https://jsolution.es> donde se puede observar todos los servicios y ofertas proporcionados por la empresa y desarrollados a lo largo de este proyecto.

Actualmente, JSolution ha podido establecer un acuerdo con su primer cliente, el cual ha decidido contar con todos los servicios ofrecidos por la empresa, los resultados obtenidos se presentarán en este proyecto como representación de un caso práctico real, donde se busca demostrar que todo lo expuesto en este proyecto está pensado para poder desarrollarse con éxito en la realidad.

TABLA DE CONTENIDO

1.	MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	6
1.1	Misión	6
1.2	Visión.....	6
1.3	Valores	6
2	PROBLEMA A RESOLVER	7
3.	PROPUESTA DE VALOR.....	8
4.	MODELO DE NEGOCIO	9
4.1.	Desarrollo Web	9
4.2.	Desarrollo de Campaña de Marketing	9
4.3.	Servicio de mantenimiento y gestión	10
5.	MODELO DAFO.....	11
5.1.	Debilidades.....	12
5.2.	Amenazas	13
5.3.	Fortalezas	13
5.4.	Oportunidades	14
6.	MODELO 5 FUERZAS DE PORTER	16
6.1.	Poder de negociación del cliente	17
6.2.	Poder de negociación del proveedor	17
6.3.	Amenaza de nuevos competidores.....	18
6.4.	Amenaza de productos o servicios sustitutivos	19
6.5.	Rivalidad entre los competidores existentes	19
7.	ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO	21
8.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	31
9.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	34
9.1.	Estructura organizativa actual	34
9.2	Estructura organizativa a futuro.....	34
10.	HOJA DE RUTA.....	37
10.1.	Hoja de ruta si el cliente requiere un desarrollo de plataforma web.....	38
10.2.	Hoja de ruta si el cliente requiere un desarrollo de marketing	41
10.3.	Hoja de ruta si el cliente requiere un desarrollo web y un desarrollo de marketing	44
10.4.	Hoja de ruta si el cliente requiere servicios de mantenimiento en algún desarrollo web	48
10.5.	Hoja de ruta si el cliente requiere servicios de mantenimiento en algún desarrollo de marketing	49
11	PLAN DE VIABILIDAD ECONÓMICA	50
12	RESUMEN FINANCIERO	55

13	DESARROLLO PRÁCTICO.....	57
14	CASO REAL.....	68
	14.1. Introducción.....	68
	14.2. Requerimientos del cliente.....	69
	14.3. Condiciones y pasos a seguir entre el cliente y la empresa.....	71
	14.4. Ejemplo de seguimiento entre cliente y empresa.....	74
	14.5. Resultados obtenidos.....	77
	14.6. Conclusiones.....	91
15	CONCLUSIONES.....	93
16	LECCIONES APRENDIDAS.....	94

1. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

1.1 Misión

La misión de JSolution se basa en tres grandes conceptos:

- **Conectar:** se busca conectar a sus clientes con todos los consumidores, de manera que puedan establecer una relación en todo momento, sin depender de la presencialidad de este. Esto es posible a través del desarrollo de una plataforma web donde se integren todos los servicios y productos que se ofrecen, de forma que el usuario pueda evaluarlos y adquirirlos.
- **Atraer:** se busca atraer a los usuarios a través de un diseño atractivo tanto en el desarrollo web como en la campaña publicitaria. De esta forma, los usuarios se sentirán atraídos a consumir sus productos o servicios.
- **Vender:** este último concepto dependerá de que los mencionados anteriormente se cumplan, de forma que se logre una integración correcta entre ambos. El resultado de esta integración generará el deseo de adquisición por parte del usuario, lo cual cumple con el objetivo de todos los clientes de JSolution.

1.2 Visión

Se busca ser conocido como un servicio indispensable para todo aquel negocio que busque dar el salto tecnológico, posicionarse en nuevos canales de mercado, generar sensación entre los consumidores, y sobretodo, lograr que obtengan los mejores resultados. El principal reto de JSolution es hacer que sus clientes se sientan comprendidos, y que la empresa pueda ayudarles a volver realidad su visión de comercio electrónico, de generación de campañas publicitarias, y de cumplir todos sus objetivos.

1.3 Valores

Se centra en poder ayudar a todas aquellas empresas que se están quedando atrás por los avances tecnológicos. Se busca ayudarles a dar este paso para así no perder al pequeño y medio comercio que hoy en día sufre tanto, entre otras cosas, a la actual pandemia. JSolution garantiza a sus clientes unos altos niveles de responsabilidad, profesionalidad y calidad, además de que se sientan satisfechos y cómodos con nuestra labor, por lo que se busca generar un sentimiento de familiaridad y confianza, y así lograr los mejores resultados.

2 PROBLEMA A RESOLVER

Normalmente una empresa de desarrollo web solo se centra en una cosa: un desarrollo correcto de una web demandada por su cliente. Pero en JSolution existe la creencia de que no basta tener una buena web para poder hacerse un lugar entre la competencia del mundo digital.

Se apuesta por integrar el mundo de desarrollo web y el mundo del marketing, integrando así dos ramas que a priori pueden considerarse independientes, pero que hoy en día habrían de estar más unidas que nunca. Para entender esto mejor, se debe plantear cuestiones como: ¿de qué sirve tener una buena web si luego no se sabe cómo venderla al público?, y, ¿de qué sirve una buena campaña publicitaria si luego el servicio no será el idóneo?

Se busca esta independencia que cada día es considerada más una dependencia, dé un paso evolutivo y se pueda unificar en una única empresa garantizando la máxima integridad y aportando los mejores resultados.

Se ha identificado esta problemática durante los últimos meses ya que se puede ver como la pandemia actual, el Covid-19, ha dejado a miles de familias sin trabajo por el grave efecto que recae sobre el pequeño y medio comercio.

Esto ha llevado a miles de pequeños y medios negocios al cierre total por una falta de presencialidad online y poder así tener un segundo canal con el que mantener su negocio vivo, ya que, tan solo a mitades de año se hacen cerrado más de 133.000 pymes en el país.

Otra de las problemáticas identificadas es que cada día las grandes industrias buscan acaparar todo el mercado, lo que causa que estos pequeños y medios negocios pierdan cada vez más su posicionamiento en la competencia, causando que muchos no puedan sostenerse más.

Durante esta pandemia, lo ideal hubiese sido que estos negocios estuviesen preparados para una situación como ésta. Una situación donde el usuario no pueda acceder físicamente al establecimiento, por lo cual se le debería poder ofrecer una vía alternativa para acceder a este negocio, evitando así que caigan en la competencia. Esto ha afectado muchísimo a este sector y ha beneficiado a las grandes industrias, lo cual es un golpe muy fuerte para el pequeño y medio comercio ya que esto genera un mayor ahogamiento causando, entre otras cosas, recurrir a vías como el cierre definitivo, algo que pasa cada vez más lo cual genera un mayor debilitamiento del sector y afectando al tejido empresarial del país.

3. PROPUESTA DE VALOR

JSolution busca potenciar la presencialidad en la web de todas aquellos negocios y empresas que no cuentan con estos recursos, esto se logra ofreciendo un servicio de diseño de webs donde estos negocios o empresas puedan comercializar sus productos y comunicarse con el público de una forma más actual, sofisticada, segura y sencilla, de manera que se le puedan proveer de todas estas herramientas a los consumidores y así poder consumir todos los productos y servicios que se les puedan ofrecer.

También se cuenta con un servicio de desarrollo de campañas de marketing el cual, independientemente de si el cliente goza o no del servicio web, pueda dar una presencialidad más allá de lo tradicional. Contamos con un servicio de publicidad clásico y digital, de manera que sea moldeable a cada caso, lo que lo vuelve único y potencia así la diferenciación en el sector.

Además, los clientes pueden optar por adquirir un servicio de mantenimiento, en el cual se busca garantizarles seguridad y tranquilidad, de manera que puedan contar con JSolution en todo momento para que nunca dejen de seguir triunfando en lo suyo.

Sin dudas, la empresa busca diferenciarse de sus competidores brindando ambos servicios en conjunto, si así lo desea el cliente, ya que es más fácil de controlar tanto para él como para la empresa desarrolladora. Además, se garantiza una integridad y una eficiencia en el proceso, la cual se ve reflejada en los resultados de forma mucho más elevada que si se hiciese por separado.

Algo de lo que se está muy orgulloso en JSolution es de poder brindar estos medios a aquellos pequeños y medios comercios que tanto necesitan dar el salto tecnológico y que por desconocimiento o falta de confianza no terminan de darlo. Esto hace que se queden atrás frente a sus competidores y que terminen siendo absorbidos por las grandes empresas, o simplemente la falta de adaptabilidad a las tendencias actuales no les generará los resultados esperados.

4. MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de JSolution se puede dividir en 3 grandes puntos, que pueden converger o no según las necesidades del cliente:

4.1.Desarrollo Web

Se ofrece un servicio de desarrollo de página web, enfocado sobre todo a un modelo de e-commerce, el cual se define como la venta de productos o servicios a través de internet. Se basa en la migración del comercio tradicional al comercio online el cual día a día sigue aumentando y posicionándose como líder en cuanto a métodos de venta y captación de clientes.

En JSolution se ofrece el desarrollo de estas e-commerce presentando a los usuarios interesados una serie de plantillas que pueden encontrar directamente la web de la empresa (<https://jsolution.es>), donde pueden visualizar distintos modelos los cuales están adaptados a los principales nichos de clientes que se puede llegar a tener.

Llegados a este punto, el usuario puede ponerse en contacto con la empresa especificando el modelo que le interesaría adaptar a su negocio. Pero, en caso de que ninguna de las plantillas le haya interesado, puede ponerse igualmente en contacto con la empresa y pedir un diseño 100% personalizado. Con esto JSolution busca no dejar atrás a ningún cliente potencial y demostrar que siempre se puede adaptar todo a las necesidades de cada uno.

4.2.Desarrollo de Campaña de Marketing

Se ofrece un servicio de desarrollo de planes de marketing adaptados a las necesidades de cada negocio, en JSolution se ofrecen dos grandes opciones: la publicidad online y la publicidad off-line.

La publicidad online se refiere a toda aquella campaña que se realiza a través de los medios que se encuentran en la web, desde redes sociales, ads, publicidades en aplicaciones, etc. Una publicidad off-line se refiere, en cambio, a un estilo más clásico de publicidad como puede ser la publicidad en carteles, prensa, revistas, televisión, etc. Todo esto se decide y se pone en marcha tras una reunión previa con el cliente, analizando su modelo de negocio y evaluando cuál de las campañas le vendría mejor.

También se ofrece asesoría, brindando así consejos y herramientas que el cliente puede aplicar de forma personal en el día a día de su negocio, ya que no todo el marketing se basa en campañas de publicidad. Cosas tan sencillas como un buen trato y una buena presencia sirven como motor para generar una mayor presencialidad entre los usuarios.

4.3.Servicio de mantenimiento y gestión

Se ofrece un servicio de mantenimiento a los clientes tanto de la web como de su campaña de marketing, según las condiciones definidas previamente al adquirir alguno de los paquetes que se ofrece.

Se puede contar también con un servicio de gestión de web, el cuál puede incluirse a la hora de desarrollar la plataforma, este servicio ofrece a nuestros clientes la oportunidad de llevar un control de aspectos como: entradas que ha tendido la web en un plazo de tiempo definido, número de ventas hechas a través de este medio, y cualquier otra información que el cliente desee conocer en cuanto a la relación negocio-plataforma y/o plataforma-usuario. Vendría dentro del plan de mantenimiento adquirido por el cliente.

5. MODELO DAFO

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o producto, analizando sus características internas como Debilidad y Fortalezas, y sus características externas como Amenazas y Oportunidades, de allí sus siglas DAFO. Un mal análisis del modelo DAFO, puede causar que el negocio o empresa a crear no se haga de la mejor manera posible.

Lo positivo de este modelo es la ayuda que brinda al poder identificar las características que afectan a la empresa tanto interior como exteriormente. Esto ayuda, a su vez, a alentar el desarrollo del camino estratégico de la misma, y la facilidad que tiene su realización permite que todas las empresas puedan planteárselo sin depender de otros factores.

Lo negativo de este modelo son las limitaciones que comporta, puesto que muchos de los análisis DAFO no son 100% efectivos ya que hay muchos elementos que podrían situarse tanto en una Debilidad como una Amenaza, incluso como una Fortaleza o una Oportunidad, lo cual lo vuelve subjetivo.

En el caso de JSolution, se ha creado el siguiente modelo:

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Bajos fondos económicos • Bajo nivel de clientes • Baja productividad • Precios competitivos • Falta de experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada y existencia competidores • Cambios en las necesidades • Impacto por la pronta recesión económica • Devaluación del servicio
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de negocio • Flexibilidad e Integración • Cercanía y proximidad • Conocimiento y habilidades que se tienen sobre las tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención exclusiva a PyMes • Diversificación de producto • Crecimiento de la demanda • Adaptación tecnológica

Ilustración 1. Modelo DAFO.

5.1. Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, resaltando elementos como escases de algún recurso, falta de habilidades, falta de fondos, entre otras. En el caso de JSolution se han definido las siguientes debilidades:

- **Bajos fondos económicos al comienzo:** al ser una empresa nueva, no se cuenta con ningún tipo de ingreso que pueda ayudar a sostenerla, por lo que puede verse afectada la sostenibilidad de la misma si no se tiene unos fondos que ayuden a mantenerla en pie hasta que pueda ser mantenida por sí misma.
- **Bajo nivel de clientes:** al igual que el punto anterior, al ser una empresa nueva no se suele tener una cartera de clientes que ayuden a aportar valor a la empresa, lo cual puede causar que sea menos reconocida y comentada entre los potenciales clientes, generando bajos ingresos y, como se explica en el próximo punto, una baja productividad.
- **Baja productividad:** al tener una baja productividad en sus inicios, la empresa generará menos ingresos que ayuden a ser sostenible, además de limitar la proliferación de otros factores que son claves para que una empresa sea exitosa como un aumento del aprendizaje, de la experiencia y el mantener un ritmo alto de trabajo.

Estos factores, por menos importantes que parezcan, son claves para que los trabajadores mantengan un ritmo de trabajo eficaz que genere resultados eficaces, y al tener una baja productividad esto suele ser muy complicado de darse.

- **Precios competitivos por parte de la competencia:** toda empresa debe cubrir al menos una serie de gastos fijos para poder mantenerse en funcionamiento. Al principio, puede que estos costes sean muy difíciles de cubrir debido a todos los puntos mencionados anteriormente, por lo que los precios ofrecidos pueden ser igual o superiores a los de la competencia, lo que puede atraer menos a los potenciales clientes.

La competencia en cambio, al tener ya una cartera amplia de clientes, puede ser más competitiva en los precios que JSolution, por lo que la empresa podría verse afectada.

- **Falta de experiencia en el mundo laboral:** al incorporarse de manera reciente en el mercado, la empresa no posee respaldo de experiencias previas en algún proyecto o con algún cliente, por lo que todo será completamente nuevo para todos, y esta falta de experiencia puede afectar a la evolución de la empresa.

5.2.Amenazas

Son aquellas provenientes del entorno que pueden llegar a afectar a la empresa. En caso de JSolution se han identificado amenazas como:

- **Entrada y existencia de competidores:** esto afecta a la empresa ya que, al existir una serie de competidores, la posibilidad de posicionarse rápidamente frente a los usuarios puede ser más difícil. También el hecho de que haya un aumento de la competencia con el paso del tiempo puede significar una reducción de los potenciales clientes, en caso de que sus preferencias no pudiesen ser cubiertas o cualquier otro factor competitivo que afectase en la decisión del cliente.
- **Cambio en las necesidades:** un cambio en las necesidades implica un cambio que la empresa debe tomar en consecuencia para poder seguir siendo atractivo para los clientes. Si estas necesidades no son comprendidas y puestas en práctica a tiempo, los competidores que si puedan cubrirlas podrán acaparar a potenciales clientes.
- **Impacto provocado por la pronta recesión económica:** el año 2020 ha traído consigo graves consecuencias para todos, ya se pueden observar las graves consecuencias que trajo consigo el Covid-19, y entre las grandes consecuencias que vienen destaca una recesión económica que afectará a todos, esto a JSolution le pudiese afectar en cuanto a la incorporación de clientes que decidan invertir en sus servicios, lo cual puede comprometer a la proyección financiera que se planteaba la empresa en un principio afectando así a la sostenibilidad y crecimiento de la misma.
- **La devaluación del servicio:** el valor del servicio ofrecido puede verse afectado negativamente por diferentes factores como los competidores que ofrecen servicios similares por costes bajos, la crisis económica que se aproxima para los próximos años lo que afecta a la demanda del servicio, entre otras.

5.3.Fortalezas

Son aquellas capacidades con las que cuenta la empresa, dándole una posición dentro de la competencia que el favorezca. En el caso de JSolution se han identificado fortalezas como:

- **Modelo de negocio:** con el modelo de negocio que se busca establecer para JSolution se podrá comenzar a operar y poder alcanzar sus objetivos de manera más eficiente, lo que le dará una buena base en el mercado y poder llegar a ser competitivos.

- **La flexibilidad e integración:** ambas características fundamentan las bases de JSolution, ya que se garantiza una flexibilidad del 100% en cuanto a los desarrollos de las páginas webs y en las campañas de marketing, para que se puedan adaptar a cada negocio lo máximo posible. De esta forma, se puede garantizar la integridad de ambos servicios junto con el del mantenimiento para que la experiencia del cliente sea la mejor posible y se puedan alcanzar los mejores resultados.
- **Cercanía y proximidad:** una de las características de JSolution es mantener una relación de cercanía y proximidad con cada uno de sus clientes. De esta manera, el cliente se siente más cómodo a la hora de expresar sus requerimientos y necesidades consiguiendo así un mejor resultado. Esto es un valor añadido al servicio ofrecido el cual no suele ofrecerse en las grandes empresas, ya que se centran más en otros objetivos.
- **El conocimiento y las habilidades:** se refiere a todo lo relacionado con las tecnologías necesarias para que este modelo de negocio funcione correctamente, al tener estos conocimientos y estas habilidad en constante desarrollo, la adaptación a innovaciones y mejoras en este sector permitirá que el funcionamiento de JSolution siempre esté en los mejores niveles.

5.4.Oportunidades

Son aquellos factores que resultan favorables a la empresa provenientes del entorno, permitiendo así ganar una ventaja competitiva. En el caso de JSolution, se han identificado oportunidades como:

- **Atención exclusiva a las PyMes:** Normalmente las empresas competidoras en este sector suelen fijar como cliente objetivo a las grandes empresas que pueden invertir grandes cantidades de dinero en este servicio. El problema es que no se llega a tener en cuenta que las pequeñas y medianas empresas también necesitan este tipo de servicios, y que los precios pueden no ser los mejores para este sector que tiene menos capacidad financiera.

Por ello, JSolution decide posicionarse exclusivamente al lado de ellos y centrar sus precios en los mejores para ellos, dándoles una exclusividad de la poco suelen gozar, y de esta forma, poder aportar soluciones para que no se queden atrás frente a sus competidores.

- **Diversificación del producto:** a día de hoy, la empresa ofrece 3 productos distintos de manera independiente que son el desarrollo web, el desarrollo de marketing y el mantenimiento, con esta diversificación se puede abarcar una mayor cartera de clientes que la competencia, y a partir de la evolución que se tenga, JSolution podría llegar a diversificarse aún más una vez las necesidades del cliente crezcan o evolucionen a más.
- **Crecimiento de la demanda:** la situación de pandemia actual ha obligado a muchos pequeños y medios comercios a buscar un segundo canal para poder mantener su negocio a flote

Este segundo canal viene siendo la publicitación y ventas online, y esto está generando un crecimiento de la demanda de los servicios que ofrece JSolution, lo cual es una oportunidad para captar clientes y darnos a conocer.

- **Adaptación tecnológica:** al ser una empresa que se caracteriza por sus conocimientos y habilidades en el sector tecnológico, la adaptación a los cambios en las tecnologías puede ser mejor asumido y puesto en marcha que en otros competidores.

Después de analizar estas debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidad, se considera que las fortalezas y las oportunidades analizadas son capaces de hacer frente a las debilidades y amenazas que se puedan presentar. Esto a su vez es una ventaja, ya que se puede tener una visión más clara de donde hay que impulsar una mejora o una mayor fortaleza para que cada vez se afronten mejor futuras amenazas y se anulen las debilidades en la medida de lo posible.

Para JSolution, este modelo le ofrece la oportunidad de tener un análisis externo e interno de la misma, permitiéndole así poder prepararse para afrontar las posibles amenazas a la hora de adentrarse en el mercado. No obstante, este es un modelo muy subjetivo, por lo cual no se toma como un modelo estable de referencia, ya que puede que muchos de los puntos analizados no se cumplan como se prevé.

De todas formas, el hecho de haber realizado este análisis DAFO permitirá estar más preparado en el caso de que produzca alguno de estos eventos incluidos en las debilidades y amenazas. Si no se hubiese hecho este estudio, seguramente sería más difícil poder superar las barreras de entrada al mercado. Para complementar este análisis, a continuación se presentarán otros estudios y análisis que ayuden a complementar la información obtenida en este.

6. MODELO 5 FUERZAS DE PORTER

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo que permite analizar el nivel de competencia dentro de del sector. A través de la elaboración e interpretación de este modelo, se puede analizar y establecer planes que ayuden a potenciar fortalezas y oportunidades para mitigar las amenazas y debilidades que posea la empresa, las cuales hemos mencionado y desarrollado en nuestro modelo DAFO anteriormente.

La principal desventaja que tiene este modelo es que se centra meramente en el exterior, por lo que no brinda un análisis total de los entornos que rodean a la empresa, en cambio tiene muchas ventajas como la orientación que brinda a la hora de tomar decisiones, el hecho de poderlo aplicar no solo a la empresa sino a los productos y servicios que se ofrecen permite garantizar una mayor calidad de estos.

A partir de esto, se pueden definir estas 5 fuerzas como:



Ilustración 2. Modelo 5 Fuerzas de Porter

6.1.Poder de negociación del cliente

Esto quiere decir que el cliente tiene la libertad de elegir cualquier otro producto o servicio de la competencia, este hecho crece en relación al aumento de la competencia dentro del sector. Además, los clientes también pueden organizarse entre ellos para establecer el precio máximo que deseen pagar por el producto o servicio que se ofrece, e incluso, aumentar las exigencias en cuanto a calidad, materiales, etc., lo que puede verse repercutido en los beneficios de la empresa.

En el caso de JSolution se plantean los siguientes puntos:

- Existe la facilidad de irse con la competencia debido a la gran cantidad de competidores que hay en el sector.
- Los precios no pueden ser demasiado elevados ya que se estaría abandonando la idea de mantener costes bajos para apoyar a PyMes.
- Al ser muy flexibles, el cliente siempre podrá tener la calidad que necesite en cualquiera de los servicios que adquiera.
- La demanda de este tipo de servicio para este tipo de sector está en crecimiento constante, por lo que se cree que es posible empezar a generar una buena cartera de clientes.

6.2.Poder de negociación del proveedor

Esto se refiere al poder que tienen los proveedores en establecer, por ejemplo, cantidades mínimas para realizar pedidos, las formas de pago y la calidad de sus productos o servicios. Es importante que se tenga una amplia gama de proveedores a disposición ya que así podemos ser flexibles a la hora de adquirir ciertos productos o servicios, a mayor cartera de proveedores, mayor será el poder de negociación que se tenga.

En el caso de JSolution, es cierto que, al ser una empresa meramente tecnológica, podría parecer que no se requiere de proveedores, pero lo cierto es que se ha de contar con ciertos productos o servicios para que todo funcione correctamente. Entre ellos están los equipos informáticos para poder trabajar, servicios básicos, materiales (esto en el momento en que algún cliente necesite una campaña publicitaria donde se requiera materiales físicos como flyers o pósteres), entre otros. A partir de esto se han planteado los siguientes puntos:

- Tener varios proveedores para así poder tener un mejor poder de negociación.

- Posibilidad de sustitución de alguno de ellos, en caso de no cumplir con nuestras necesidades.
- El poder del proveedor en este caso es prácticamente nulo, ya que el negocio no depende de ellos. Siempre hay alternativas para poder funcionar.
- El coste inicial seguramente será alto por lo que se supone que habrá que establecer relaciones a largo plazo.

6.3.Amenaza de nuevos competidores

Se consideran como competidores a empresas que se dediquen a ofrecer productos o servicios similares a los que se ofrecen, lo que puede absorber a clientes actuales y/o a potenciales nuevos clientes. Cuanto más fácil les sea entrar a la competencia, mayor es la amenaza, por lo que se debe establecer ciertas barreras de entrada que permita mantener las cuota de mercado aun cuando surjan nuevos competidores en el sector.

Las barreras que se creen que son más relevantes para JSolution son:

- **Menor coste:** se refiere al hecho de que puedan producir más barato.
- **Barrera legal:** cada tipo de empresa tiene que cumplir una cierta cantidad de normas según el país en el que opere, el no poder cumplir con todas impedirá el acceso a la competencia.
- **Diferenciación del producto/servicio:** si ya existe alguien que ofrezca productos o servicios similares, será mucho más complicado entrar al mercado, por lo que debe buscarse la manera de diferenciarse del resto.
- **Experiencia acumulada:** el nuevo competidor ha de enfrentarse al desconocimiento que tiene frente a quienes ya tienen un conocimiento adquirido por antigüedad.

Para poder afrontar estas amenazas, se ha considerado que se pueden adoptar medidas como:

- Aumentar la publicitación de la empresa para poder destacar por encima de las demás.
- Destacar lo que diferencia a la empresa de la competencia, de forma que se pueda obtener una respuesta por parte de potenciales clientes.
- Incrementar la calidad de los productos o servicios, buscando dar ese valor añadido que pueda atraer clientes.

6.4.Amenaza de productos o servicios sustitutivos

Un producto sustitutivo es aquel que tiene la capacidad de satisfacer las mismas necesidades que otro producto, aquí la amenaza surge cuando el cliente sabe que puede adquirir otro producto por ofrecerle un precio más bajo o le ofrece una mayor calidad.

La presencia de estos productos sustitutivos influye directamente en el establecimiento de un precio máximo por los servicios o productos, por lo que siempre se debe estar atento a lo que haga la competencia, para poder mitigar el efecto que pueda causar sobre la empresa.

En el caso de JSolution, se han establecido las siguientes medidas:

- El coste para el cliente de cambiar de una empresa u otra en este tipo de negocio es medio, por lo que suele ser difícil que el cliente una vez tenga establecida su web o su campaña de marketing decida cambiar.
- La posibilidad de sustitución es baja, pero aun así existe. Por lo que siempre se deben buscar cubrir sus necesidades de la forma más pronta y eficiente posible
- Mejorando el marketing se mantendrá la atención del cliente en los servicios ofrecidos, y no en el de los demás competidores que ofrezcan productos sustitutivos.

6.5.Rivalidad entre los competidores existentes

Este es el resultado de los cuatro puntos mencionados anteriormente, y es el que realmente proporciona la información necesaria para poder tomar medidas de mejora y prevención. La rivalidad aumenta a medida que aumenta la oferta y baja la demanda, ya que todos buscan aumentar o al menos mantener su cartera de clientes frente a sus competidores.

En el caso de JSolution, se han establecido las siguientes medidas:

- Buscar reducir costes fijos, ya que así puedan asumirse aun cuando la rivalidad nos afecte y puedan verse comprometidos nuestros ingresos
- Aumentar la publicidad, sobretodo, en la diferenciación que nos caracteriza frente a la competencia, de esta forma se busca recordar a los clientes por qué nuestro servicio puede ser mejor que el de los demás.
- Aumentar el valor añadido para los clientes, de forma que se sientan a gusto con nosotros y vean el compromiso que tenemos con ellos, de manera que decidan seguir con nosotros.

- Mejorar la formación del personal puede ser un factor diferenciador para así poder ofrecer un mejor servicio y captar aún más clientes.

Para JSolution, este estudio es una buena forma de estar siempre atentos a los que sucede a nivel externo de la empresa, pero, al igual que con el estudio de DAFO, no limitarse a estos resultados. Se tiene en cuenta que ayuda a mejorar la productividad y la eficacia de la empresa, y todo aquello que pueda aportar a mejorar siempre será considerado.

Este estudio ha permitido ver cómo la empresa puede prepararse frente a la competencia, resaltando como principal problema el hecho de la existencia de varios competidores, por lo que se busca diferenciarse de ellos estableciendo una política de precios que ayude a generar un efecto positivo entre los clientes.

7. ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo son todas aquellas personas que pueden identificarse o considerar necesario el uso o la adquisición de alguno de los productos o servicios que una empresa ofrece. Un negocio puede ser creado para todos, pero siempre es mejor tener definido un público objetivo al cual poder llegar, lo que hace que la empresa pueda actuar de manera más eficiente. Con este tipo de conocimiento no solo es posible dirigir los productos o servicios que se ofrecen, sino también la forma de transmitirlo, los canales e incluso el tipo de contenido a producir para lograr captar su atención.

Se suele creer que definir y analizar a un público objetivo es lo mismo, lo cual es un error, la principal diferencia es que definir el público objetivo simplemente se trata de delimitar a los clientes que son importantes para la empresa, y una vez se hace esto se puede pasar al análisis, que no es más que reunir una serie de datos detallados de este público que previamente ha sido definido.

Entonces, lo primero que se ha de hacer es establecer ciertos criterios que ayuden a definir al público objetivo, en JSolution se ha decidido definir los siguientes criterios de diferenciación:

- **Sector:** se trata de definir el sector al que pertenece el cliente.
- **Poder adquisitivo:** toda aquel negocio que pueda costear los servicios ofrecidos por JSolution según sus necesidades.
- **Experiencia tecnológica:** se trata de conocer si el cliente posee conocimiento o experiencia previa con herramientas similares a las ofrecidas.
- **Recurrencia:** definir el nivel de uso del producto o servicio ayudará a definir planes de acción junto al cliente

Una vez definido el público objetivo se puede pasar al análisis de dicho público, de esta manera se puede conocer aún mejor al público objetivo e investigar las características de su comportamiento, una vez analizadas estas características se puede pasar a analizar su manera de comprar y así encontrar clientes potenciales. JSolution ha hecho este análisis fijándose en las siguientes características:

- **Motivo de compra:** el cliente necesita ganar presencialidad a partir de un segundo canal de ventas, además de la necesidad de darse a conocer de cara al público.

- **Influenciador:** es decir, lo que influye al cliente a realizar esta adquisición, en este caso sería los continuos avances en tecnologías, la proliferación de competencia directa que abarca este medio, y los graves efectos causados por la pandemia Covid-19.
- **Punto de venta:** en este caso sería 100% online, ya que todo contacto se gestiona virtualmente hasta llegado el punto de reuniones de definición de objetivos con el cliente.
- **Frecuencia de compra:** si nos centramos en el desarrollo web, será de compra nula ya que hay una única compra. En el caso de mantenimiento y de desarrollo de campaña de marketing, la frecuencia de compra será baja ya que puede adquirirse más de una vez para un mismo proyecto.
- **Sensibilidad de los precios:** cómo el cliente valora la alta calidad que debe de tener su web o su campaña publicitaria, está dispuesto a pagar un precio máximo en comparación al de la competencia.
- **Nivel de ingresos:** suelen ser ingresos medios-altos, ya que debe poder cubrir gastos de su negocio y los gastos que le genere adquirir alguno de los servicios de JSolution.

Existen diversos métodos para llevar a cabo este análisis, entre ellos se ha decidido analizar los dos métodos más utilizados:

- **Encuestas:** es un método de análisis público que permite reunir una variedad de información con poco esfuerzo, este método es de coste prácticamente cero al haber muchas plataformas que permiten hacer estas encuestas de forma gratuita. Hay ciertos lineamientos a seguir, como que debe tener una tasa alta de participantes para tener una tasa baja de errores, las preguntas deben ser lo más claras posibles para poder obtener mejores respuestas, y normalmente, deben de ser hechas de forma anónima para que el encuestado tenga libertad de responder con la mayor sinceridad y objetividad posible.
- **Entrevistas:** este tipo de investigación requiere un mayor esfuerzo que la encuesta, pero puede limitarse a un grupo más pequeño de personas. Hay que tener en cuenta ciertas características como que no son anónimas, por lo que las respuestas obtenidas no serán del todo certeras al sentirse comprometidos a dar, por ejemplo, una buena imagen que no es la que realmente les define, pero es cierto que puede darnos un resultado más profundo que el que pudiese darnos, por ejemplo, una encuesta.

JSolution se ha decantado por la elaboración de encuestas ya que se considera que era la mejor manera de reunir la mayor cantidad de datos posibles y con una certeza mucho más elevada que mediante las entrevistas. Al ser anónimas se considera que las respuestas serán más sinceras al poder ocultar su identidad. Se ha realizado una encuesta a través de la herramienta [SurveyMonkey](#) a 100 PyMes alrededor de Barcelona, obteniendo la siguiente información (puede consultar y realizar la encuesta haciendo click [aquí](#)):

- ¿Cuál es su actividad comercial?

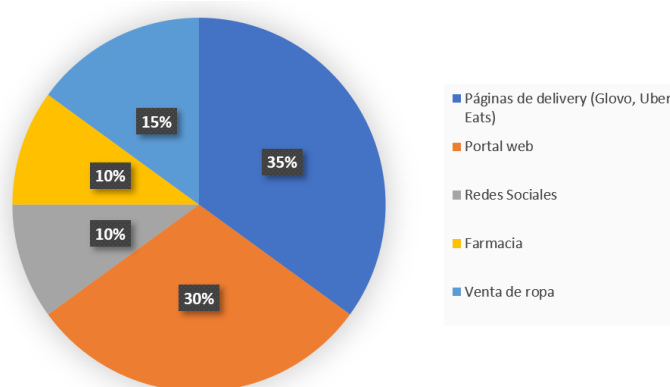


Ilustración 3. Actividad Comercial Encuestados

- ¿Qué tipo de PyMe representa a su negocio?

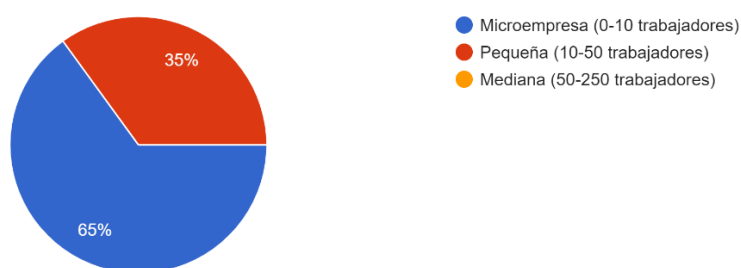


Ilustración 4. Tipo de Pyme Encuestados

- ¿La baja presencialidad de clientes en esta época de pandemia ha afectado a su negocio?

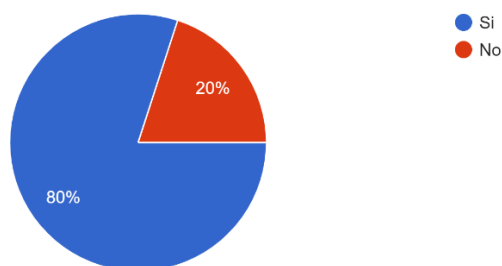


Ilustración 5. Baja presencialidad clientela Encuestados

- ¿Tiene usted un segundo canal de ventas?

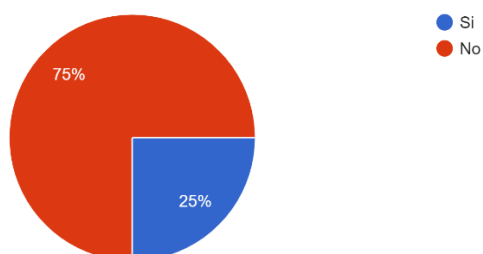


Ilustración 6. Canal de ventas Encuestados

- ¿Cuál es el canal de ventas que más utiliza?

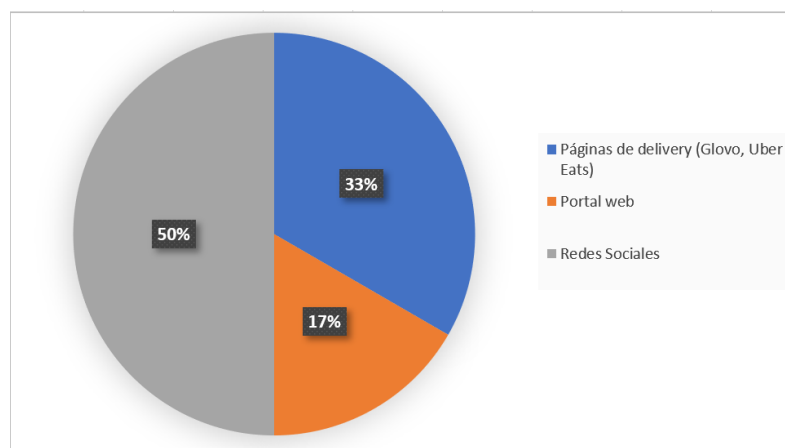


Ilustración 7. Tipo de canal de ventas Encuestados

- ¿Su negocio cuenta con una página web?

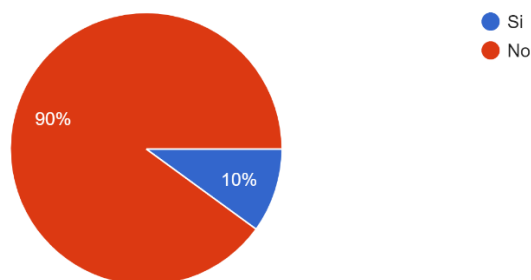


Ilustración 8. Negocios con web Encuestados

- ¿Uk " n c " t g u r w g u v c " g u " ò P q ö . " ä j c " e q p u k f g t c f q "

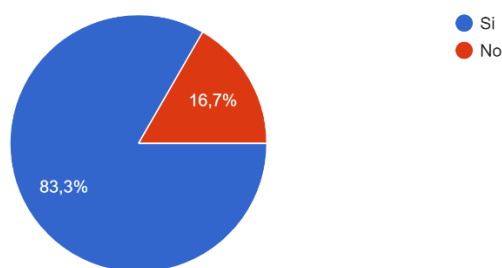


Ilustración 9. Implementación web Encuestados

- ¿Su negocio cuenta con una campaña de marketing?

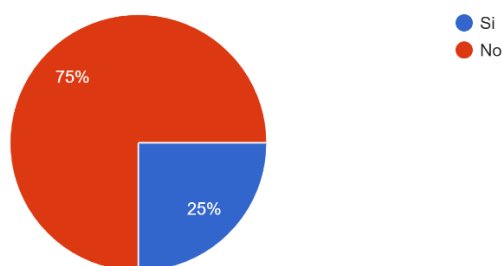


Ilustración 10. Campaña de marketing Encuestados

- Uk " n c " t g u r w g u v c " g u " ð P q ö . " ä j c " e q p u k f g t c f q "

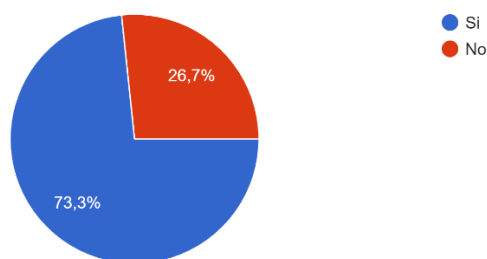


Ilustración 11. Implementación campaña marketing Encuestados

- ¿Qué aspectos consideraría necesarios si tuviese que tener (o si ya tiene) una web?

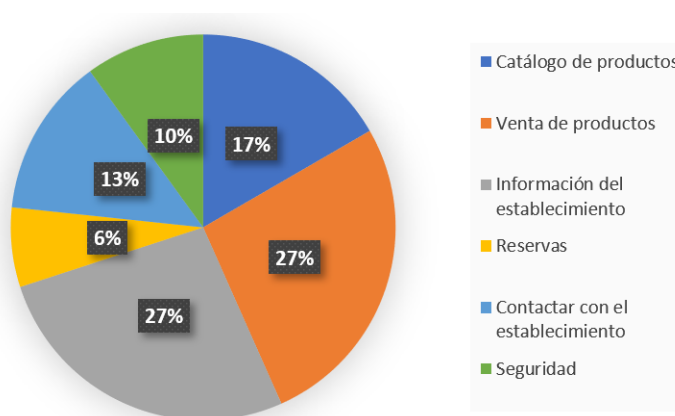


Ilustración 12. Consideraciones página web Encuestados

- ¿Qué aspectos consideraría necesarios si tuviese que tener (o si ya tiene) una campaña de marketing?

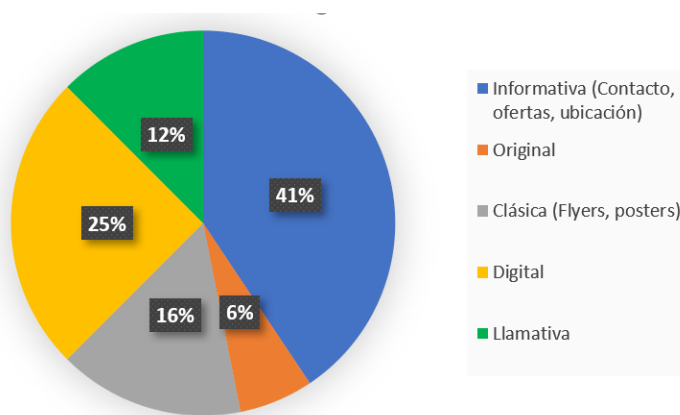


Ilustración 13. Consideraciones marketing Encuestados

- Si tuviese que contratar alguno de estos servicios, ¿cuál escogería?

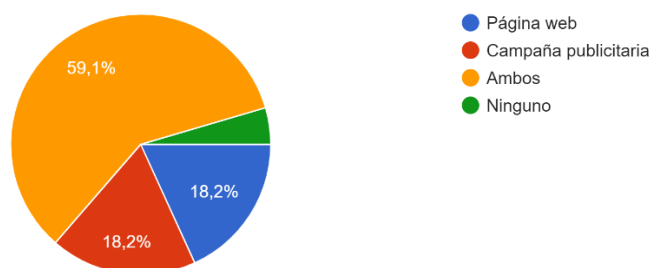


Ilustración 14. Preferencia servicios Encuestados

- Si le ofrecieran la oportunidad de tener ambos servicios bajo una misma empresa e integrados de forma total, ¿lo consideraría?

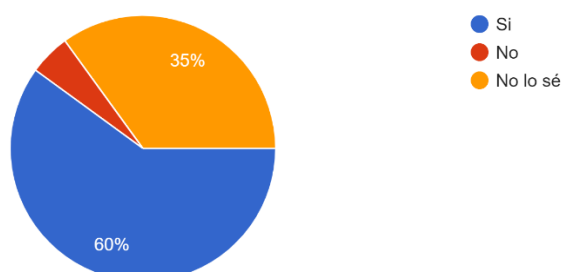


Ilustración 15. Adquisición de servicios Encuestados

- ¿Cuál sería su presupuesto máximo para una página web que cumpliera todas sus exigencias?

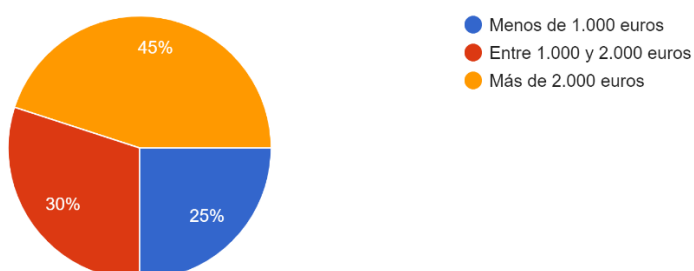


Ilustración 16. Presupuesto web Encuestados

- ¿Cuál sería su presupuesto máximo para una campaña de marketing que cumpliera todas sus exigencias?

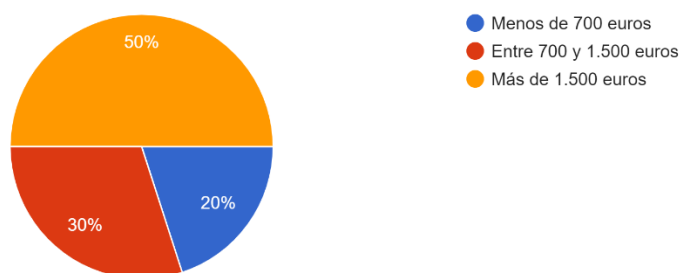


Ilustración 71 Presupuesto marketing Encuestados

A continuación, se presenta una tabla resumen de los resultados obtenidos en la encuesta presentada:

Pregunta	Respuestas	Porcentaje por respuesta
1. ¿Cuál es su actividad comercial?	Páginas de delivery	35%
	Venta a través de internet	30%
	Venta de ropa	15%
	Farmacia	10%
	Redes sociales	10%
2. ¿Qué tipo de PyMe representa a su negocio?	Microempresa (0-10 trabajadores)	65%
	Pequeña (10-50 trabajadores)	35%
	Mediana (50-250 trabajadores)	0%
3. ¿La baja presencialidad de clientes en esta época de pandemia ha afectado a su negocio?	Si	80%
	No	20%
4. ¿Tiene usted un segundo canal de ventas?	Si	25%
	No	75%

5. En caso de que la respuesta c p v g t k q t " u g c " ò este canal?	Redes sociales	50%
	Páginas de delivery	33%
	Portal Web	17%
6. ¿Su negocio cuenta con una página web?	Si	10%
	No	90%
7. U k " n c " t g u r w g u v considerado implementarla?	Si	83,3%
	No	16,7%
8. ¿Su negocio cuenta con una campana de marketing?	Si	25%
	No	75%
9. U k " n c " t g u r w g u v considerado implementarla?	Si	73,3%
	No	26,7%
10. ¿Qué aspectos consideraría necesarios si tuviese que tener (o si ya tiene) una web?	Información del establecimiento	27%
	Venta de productos	27%
	Catálogo de productos	17%
	Contactar con el establecimiento	13%
	Seguridad	10%
	Reservas	6%
11. ¿Qué aspectos consideraría necesarios si tuviese que tener (o si ya tiene) una campana de marketing?	Informativa (contacto, ofertas, ubicación)	41%
	Digital	25%
	Clásica (flyers, posters)	16%
	Llamativa	12%
	Original	6%
12. Si tuviese que contratar alguno de estos servicios, ¿cuál escogería?	Ambos	59,1%
	Página Web	18,2%
	Campana publicitaria	18,2%
	Ninguno	4,5%
13. Si le ofrecieran la oportunidad de tener ambos servicios bajo una misma empresa e integrados de forma total, ¿lo consideraría?	Si	60%
	No	5%
	No lo sé	35%

14. ¿Cuál sería su presupuesto máximo para una página web que cumpliera todas sus exigencias?	O g p q u " f g G p v t g " 3 0 2 2 O a u " f g "	25% 30% 45%
15. ¿Cuál sería su presupuesto máximo para una campaña de marketing que cumpliera todas sus exigencias?	O g p q u " f G p v t g " 9 2 2 O a u " f g "	20% 30% 50%

Con todo el estudio realizado y teniendo en cuenta la encuesta anterior, se ha podido definir que el público objetivo se enfocará sobre todo al sector de la restauración y de la venta de productos varios al por menor. También es importante destacar que la gran mayoría no cuenta con un segundo canal, pero les interesa tenerlo ya que la mayoría considera que es una buena idea tener, por ejemplo, una página web para impulsar un canal de ventas online, la cual debería de caracterizarse por poder no solo vender sino también informar y atraer a los usuarios.

También se ha podido ver que hay un interés en el desarrollo de marketing enfocado a informar sobre aspectos relevantes del negocio, y la tendencia a ser una publicidad más enfocada a medio digitales. Se ha observado que la casi el 95% de los encuestados podrían encajar en algunos de los servicios ofrecidos por JSolution y que están dispuestos a pagar un precio medio (sumando ambos servicios) por encima de los 3.500 euros.

A partir de la información recogida, se puede evidenciar que las microempresas son quienes más se están quedando atrás ya que siguen trabajando bajo un modelo conservador, sin dar ese salto a nuevos canales y formas de llegar a su público. Por ello, se puede afirmar que este grupo dentro de las PyMes es de los más afectados, y quienes más necesitan optar por nuevos modelos de visión y de negocio que les ayude a mantenerse en pie frente al resto de sus competidores del sector.

Con esta información se puede llevar a cabo otra serie de estudios de cara a la realización del apartado financiero. JSolution también puede usar esta información para mejorar muchos aspectos, como la presentación de modelos bases tanto de plataformas webs como de proyectos de marketing, de forma que los clientes potenciales se sentirán más familiarizados con lo que ven, y podrán sentirse más atraídos por adquirir los servicios que se ofrecen.

8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia tiene como objetivo estudiar todas aquellas estrategias, habilidades, recursos, fortalezas, entre otras, que caracterizan a las empresas competidoras que existen en nuestro sector comercial, su importancia se basa en que, una vez se tenga esa información, podamos llegar a desarrollar una mejor estrategia de negocio para lograr diferenciarnos de ellos y poder abarcar mejor el sector en el cual competimos, para ello no solo debemos analizar lo que vuelve competitiva a la empresa, sino que también debemos poder detectar cuáles son sus debilidades o amenazas y aprovecharlas para idear estrategias que nos hagan ganar una mejor posición frente a ellos.

JSolution ha decidido realizar este análisis, para ello se han seguido una serie de pasos:

- **Determinar la necesidad del análisis:** este tipo de necesidad suele ser diferente cuando se comienza un negocio a cuando ya se tiene un negocio en marcha, en nuestro caso al ser un negocio nuevo se ha determinado que la necesidad es conocer quiénes serán nuestros competidores para saber si seremos capaces de generarles competencia y conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades más notorias para poder incursionarnos en el mercado con alguna característica que pueda hacernos resaltar sobre ellos.
- **Determinar la información a reunir:** en este paso se busca reunir la mayor cantidad de información útil sobre todos aquellos competidores presentes en nuestro mercado, JSolution se ha fijado en datos como:
 - Un número aproximado de los competidores que tendremos
 - El nivel de participación de cada uno de ellos
 - Los precios que establecen
 - El tipo de servicio o producto ofrecido
 - Los recursos que pueden manejar
 - Su ventaja competitiva
 - Sus fortalezas y oportunidades
 - Sus amenazas y debilidades

- Su modelo de publicitación frente a los potenciales clientes
- **Recolectar la información:** una vez sabemos qué información queremos reunir, se debe decidir cómo queremos recolectarla, para ello existen diversos medios como la observación, la elaboración de encuestas, entrevistas y la investigación online. JSolution se ha decantado por realizar una observación adquiriendo el servicio de una empresa competidora para conocer detallar mejor cómo se manejan frente a un cliente y qué pueden ofrecer.
- **Análisis de la información:** para llevar a cabo este análisis de los datos, se ha hecho un cuadro comparativo con el que podemos definir las principales fortalezas, debilidades y estrategias que caracteriza a las empresas analizadas.

Se presenta a continuación el cuadro mencionado anteriormente:

	Actividad comercial	Principal fortaleza	Principal debilidad	Principal estrategia
Empresa A	Desarrolladora Web	Velocidad en la atención	Coste muy elevado	Mucha inversión en publicidad
Empresa B	Desarrolladora Web	Resultado con mucha calidad	Mala atención al cliente	Precios por debajo de la media
Empresa C	Agencia Publicitaria	Todo el desarrollo gira en torno al cliente	Baja calidad del resultado	Mucha publicitación en redes sociales
Empresa D	Agencia de Márketing Digital	Velocidad en resultados	Coste muy elevado	Confianza que transmiten al cliente
Empresa E	Desarrolladora Web	Popularidad en los medios	Abarcan demasiados proyectos a la vez	Especialización en su servicio
Empresa F	Consultora tecnológica	Mucha diversificación de servicios	Mucho tiempo de espera	Muchas ofertas que atraen a clientes

Ilustración 18. Cuadro comparativo de competidores de JSolution.

- **Toma de decisiones y formulación de estrategias:** al tener el conocimiento sobre nuestros competidores, podremos empezar a formular estrategias o decidir los pasos a seguir a partir de ahora, en el caso de JSolution se han tomado los siguientes resultados:
 - Al ver una tendencia de precios por encima de la media de los competidores, y muy por encima de la dispuesta a pagar por nuestro público objetivo, se ha decidido que los precios estén fijados por debajo de la media para así poder ser más atractivos en el sector.
 - Tomar como referencia las campañas publicitarias de los diferentes competidores y poder buscar la forma de diferenciarnos y lograr captar mejor la atención del público

- Uno de los puntos más interesantes, es que prácticamente ninguno de los competidores observados sale en busca de nuevos clientes, sino que se quedan a la espera de que toquen su puerta, por lo que vemos una oportunidad de poder diferenciarnos de ellos yendo nosotros mismos a publicitarnos y darnos a conocer presencialmente, de esta forma el cliente puede interactuar mejor con la empresa y dar esa comodidad que otras no brindan, y quizás así ganar nuevos clientes.
- Por último, hemos podido ver que una buena formación del equipo puede ser un valor añadido para la empresa, por lo que se hará una inversión a futuro en formar al personal en atención al cliente y en aprendizaje sobre nuevas tecnologías, y de esta forma poder brindar siempre la mejor atención y con los mejores conocimientos, demostrando al cliente que si adquiere nuestros servicios los resultados serán de su máximo agrado.

Esta no es una tarea que deba realizarse únicamente al empezar una empresa, por lo que JSolution se dedicará a hacer este análisis al menos 1 vez al año, de forma que podamos estar siempre en conocimiento de las estrategias y debilidades de nuestros competidores, y así poder tomar las acciones pertinentes para no quedarnos atrás en la competencia.

9. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

9.1. Estructura organizativa actual

La jerarquía actual cuenta únicamente con el Director General, quien se encarga de todas las tareas dentro de la empresa, estas tareas son: captación de cliente, desarrollo del proyecto de desarrollo web y del proyecto de desarrollo de marketing, realizar labores de mantenimiento a proyectos desarrollados con anterioridad, y el manejo contable de la empresa.

Esto ocurre ya que al ser una empresa nueva no se cuenta con la suficiente cartera de clientes y el suficiente presupuesto para contratar personal, por lo que el director general debe controlar todos los aspectos de la empresa para lograr crecer y poder empezar a delegar tareas. Esto es positivo ya que ayuda a entender mejor todas y cada una de las áreas que componen a JSolution, y así a futuro poder identificar y solventar mejor cualquier problemática en alguna de estas áreas. También ayuda a identificar la necesidad de implantar o eliminar algún área o tarea que se pueda considerar necesaria o innecesaria, de esta forma se garantiza una mayor eficiencia.

9.2 Estructura organizativa a futuro

A futuro, una vez la empresa sea consolidada y se cuente con el presupuesto y la cartera de clientes necesaria, se podrá constituir la siguiente estructura:

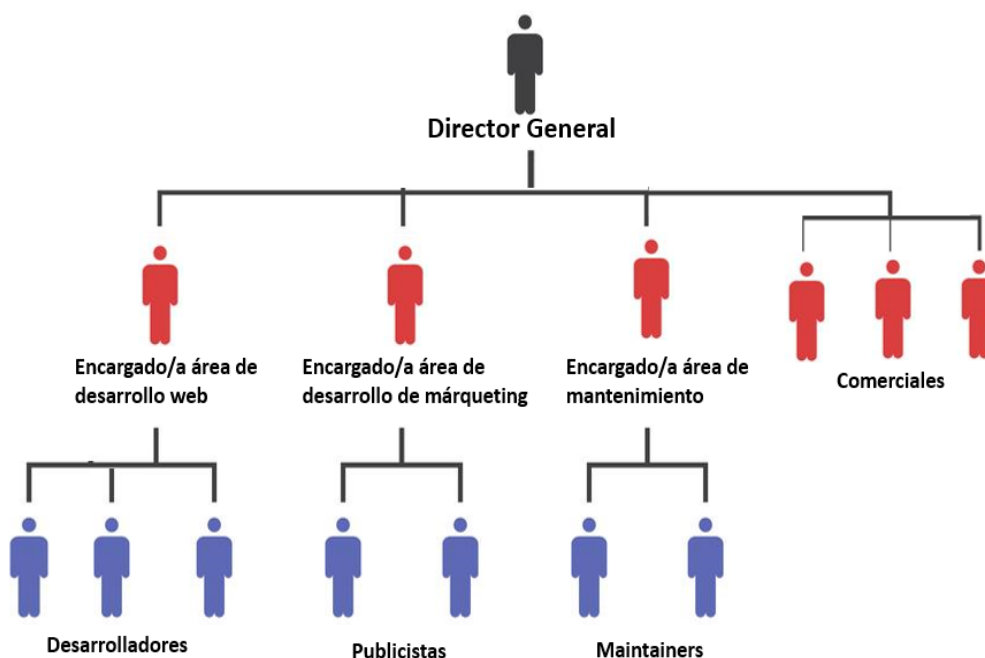


Ilustración 19. Jerarquía de la empresa.

- **Director General:** dentro de sus tareas destaca la organización de la empresa y dirección de esta, organización y elaboración de planes a seguir por sus subordinados, organizar los recursos y controlar los procesos que se llevan a cabo para cada tarea de la empresa. Al ser una empresa naciente, el Director General asumirá momentáneamente tareas del área financiera y del área de recursos humanos (estas áreas normalmente son llevadas por sus respectivos departamentos).
- **Encargado del área de desarrollo web:** Esta persona tiene la responsabilidad de asignar, supervisar y dirigir las tareas que deben llevar a cabo los desarrolladores web que están bajo su tutela. También es quien dará el visto bueno final a los proyectos que salen a ser presentados a los clientes.
- **Encargado del área de desarrollo de marketing:** Esta persona tiene la responsabilidad de asignar, supervisar y dirigir las tareas que deben llevar a cabo los publicistas que están bajo su tutela. También es quien dará el visto bueno final a los proyectos que salen a ser presentados a los clientes.
- **Encargado del área de mantenimiento:** Esta persona tiene la responsabilidad de asignar, supervisar y dirigir las tareas que deben llevar a cabo los maintainers que están bajo su tutela. También es quien dará el visto bueno final a las respectivas soluciones que salen a ser presentadas a los clientes.
- **Comerciales:** Esta persona tiene responsabilidades como buscar nuevos clientes, representar a la empresa delante de ellos y poder resolver todas las necesidades, dudas e inconvenientes que pueda tener tanto los clientes potenciales como los que ya son clientes de la empresa.
- **Desarrolladores:** Estas personas tienen la responsabilidad de acatar las órdenes que reciban por parte del encargado de su área, donde su principal tarea es la elaboración de la página web solicitada por el cliente, abarcando todos los objetivos propuestos previamente.
- **Publicistas:** Estas personas tienen la responsabilidad de acatar las órdenes que reciban por parte del encargado de su área, donde su principal tarea es la elaboración de la campaña publicitaria solicitada por el cliente, abarcando todos los objetivos propuestos previamente.

- **Maintainers:** Estas personas tienen la responsabilidad de acatar las órdenes que reciban por parte del encargado de su área, donde su principal tarea es dar el soporte solicitado por el cliente, abarcando todos los objetivos propuestos previamente.

10.HOJA DE RUTA

A continuación, se presentará una serie de esquemas de procesos en los cuales se busca detallar cómo será la ruta que seguirá JSolution junto con su cliente desde la primera toma de contacto hasta el resultado final según cada caso posible.

Antes de pasar a analizar el proceso, es importante resaltar que en todo momento se busca trabajar bajo una metodología agile. La metodología agile es una metodología de trabajo que permite obtener respuestas rápidas a las valoraciones que se hacen del proyecto en el cual se está trabajando.

Para la relación entre JSolution y su cliente, se trabaja bajo objetivos aplicando la metodología agile, es decir, el proyecto se dividirá por varios objetivos, los cuales serán valorados por el cliente antes de pasar a desarrollar el siguiente. Esto permite que la relación sea mucho más rápida, sostenible y un aumento de la productividad por parte de la empresa, causando un mejor resultado final del proyecto.

No solo se aplicará esta metodología durante el desarrollo del proyecto, sino que también se busca mantener dicha metodología en caso de que se generara un trabajo de mantenimiento. Es decir, se utilizarán herramientas que permita una conexión rápida y eficiente entre cliente y empresa. JSolution utilizará el software de Jira, el cual es una herramienta que permite gestionar incidencias y errores en un proyecto. Se proporciona al cliente un espacio donde colgar sus quejas o notificaciones las cuales llegarán de forma inmediata al equipo de JSolution, no solo le permite hacer esto, sino que también puede saber el estado de su incidencia, lo que evita que el cliente deba estar en constante contacto con la empresa. También permite mantener un orden y una gestión más eficiente de los clientes para la empresa.

A continuación, se presentan las hojas de ruta para cada posible caso. Estas hojas buscan representar el proceso a seguir por parte de la empresa según lo considere la situación. Se presentará el caso de un cliente que desee un desarrollo web, un desarrollo de marketing, un desarrollo de ambos casos y un servicio de mantenimiento del proyecto.

10.1. Hoja de ruta si el cliente requiere un desarrollo de plataforma web

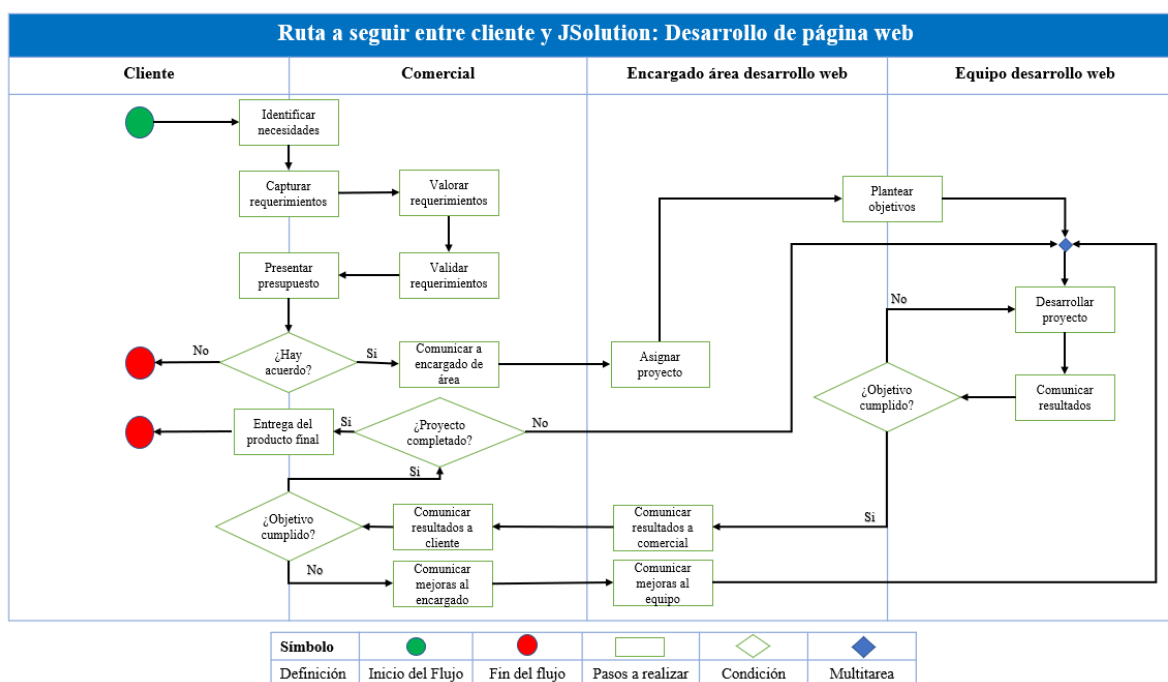


Ilustración 20. Diagrama de proceso a seguir si el cliente solicita desarrollo web.

- **Primer paso:** se deben identificar las necesidades del cliente para poder establecer una serie de parámetros que ayudarán a definir objetivos de trabajo, requerimientos y presupuesto a presentar al cliente, esta es una tarea que se realiza entre el cliente y el comercial encargado de reunirse con él.
- **Segundo paso:** Se pasa a capturar los requerimientos necesarios para cumplir las necesidades y objetivos establecidos junto al cliente.
- **Tercer paso:** Se debe valorar los requerimientos del cliente y ver si son viables para JSolution.
- **Cuarto paso:** Se debe validar los requerimientos del cliente para poder pasar a presentar un plan de acción en conjunto al presupuesto requerido para este proyecto. Si no se logran entender o validar correctamente la primera vez dichos requerimientos, esta tarea debe repetirse hasta lograr hacerlo. Esto es algo que suele suceder en cualquier proyecto, por lo que no debe ser una preocupación no lograrlo de forma inmediata.

- **Quinto paso:** se presenta un presupuesto donde se detalla:
 - El coste que tendrá y las posibles formas de pago, ya sea de pago único o a plazos.
 - Tiempo estimado de entrega del proyecto final.
 - Un listado para verificar que sus necesidades han sido identificadas correctamente.
 - Un plan de acción donde se estiman reuniones para revisar objetivos y poder continuar así trabajando.
 - Condiciones generales de firmar con JSolution en un contrato estándar que se ofrece a todo los clientes que se quieran adherir a este servicio.
- **Sexto paso:** El cliente le comunica al comercial su decisión sobre si acepta o no las condiciones establecidas para llevar a cabo el proyecto, si el cliente acepta, se puede pasar al siguiente paso, en caso contrario, se acaba la relación entre este cliente y JSolution por no haber llegado a un acuerdo para iniciar el proyecto.
- **Séptimo paso:** Al llegar a un acuerdo y tener toda la documentación verificada y firmada por el cliente, el comercial puede pasar a comunicarle al encargado del área de desarrollo web el proyecto a realizar.
- **Octavo paso:** El encargado de área de desarrollo web recibe el proyecto que le asigna el comercial y este le asigna a un equipo de desarrolladores la elaboración de dicho proyecto.
- **Noveno paso:** El encargado y el equipo de desarrollo web se reúnen para poder determinar objetivos a cumplir, detallar los pasos a seguir para la elaboración del proyecto y aclarar cualquier duda que pueda tener el equipo, de esta forma se busca evitar errores a mitad de desarrollo que puedan poner en peligro el cumplimiento del plazo de entrega que se estableció con el cliente.
- **Décimo paso:** El equipo de desarrollo web pone en marcha la elaboración del objetivo.
- **Undécimo paso:** Una vez el equipo de desarrollo considera que ha completado los objetivos planteado para la correcta elaboración del proyecto, le comunican al encargado los resultados obtenidos para su verificación.

- **Doceavo paso:** Si el encargado del área y el equipo consideran que se han cumplido los objetivos, podemos pasar al siguiente paso, en caso contrario, se ha de retroceder hasta el décimo paso.
- **Treceavo paso:** Al haber considerado que se cumplen los objetivos, el encargado del área de desarrollo web le comunica al comercial que ya se ha cumplido con el objetivo propuesto.
- **Catorceavo paso:** El comercial, al recibir la información del encargado de desarrollo web, pasa a comunicarle al cliente que el objetivo se considera listo y que pueden reunirse para una revisión.
- **Quinceavo paso:** Si el cliente y el comercial acuerdan que los objetivos se han cumplido correctamente, se puede avanzar al siguiente paso. Si no se consideran cumplidos, se debe saltar al diecisieteavo paso.
- **Dieciseisavo paso:** Si todos los objetivos se han cumplido, es decir, si el proyecto está terminado, se puede avanzar al último paso. Si no se han cumplido aún todos los objetivos que abarca el proyecto, se ha de volver al décimo paso para seguir desarrollándolo.
- **Diecisieteavo paso:** El comercial comunica las mejoras necesarias al encargado del área de desarrollo web.
- **Dieciochoavo paso:** El encargado de área le comunica al equipo las mejoras que requiere el proyecto u objetivo, una vez comunicado esto debemos retroceder hasta el décimo paso.
- **Diecinueveavo paso:** Una vez cumplidos todos los objetivos, el proyecto se da por finalizado y se pasa a entregarle el proyecto al cliente. En este punto ya finaliza el proceso y puede darse por finalizada la relación el cliente hasta ese momento, pero siempre a la espera de poder ayudarle en cualquier problema o ya de cara al proceso del mantenimiento del proyecto.

10.2. Hoja de ruta si el cliente requiere un desarrollo de marketing

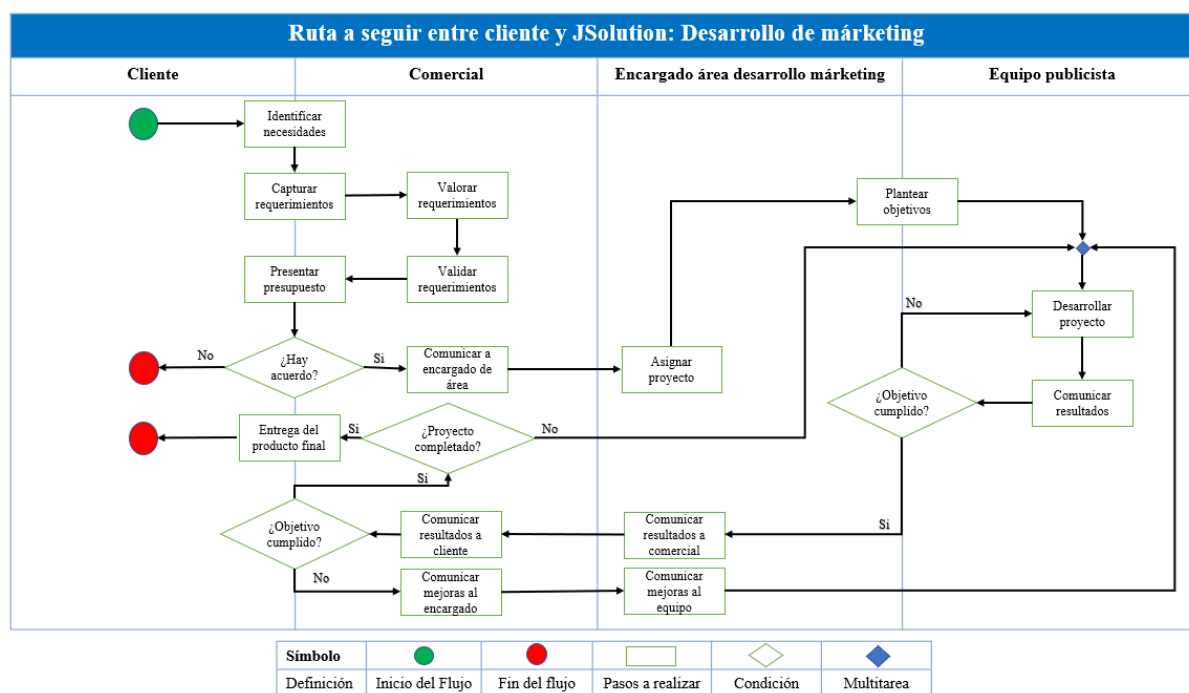


Ilustración 21. Diagrama del proceso a seguir si el cliente solicita un desarrollo de marketing.

- **Primer paso:** se deben identificar las necesidades de cliente para poder establecer una serie de parámetros que ayudarán a definir objetivos de trabajo, requerimientos y presupuesto a presentar al cliente, esta es una tarea que se realiza entre el cliente y el comercial encargado de reunirse con él.
- **Segundo paso:** Se pasa a capturar los requerimientos necesarios para cumplir las necesidades y objetivos establecidos junto al cliente.
- **Tercer paso:** Se debe valorar los requerimientos del cliente y ver si son viables para JSolution.
- **Cuarto paso:** Se debe validar los requerimientos del cliente para poder pasar a presentar un plan de acción en conjunto al presupuesto requerido para este proyecto. Si no se logran entender o validar correctamente la primera vez dichos requerimientos, esta tarea debe repetirse hasta lograr hacerlo. Esto es algo que suele suceder en cualquier proyecto, por lo que no debe ser una preocupación no lograrlo de forma inmediata.

- **Quinto paso:** se presenta un presupuesto donde se detalla:
 - El coste que tendrá y las posibles formas de pago, ya sea de pago único o a plazos.
 - Tiempo estimado de entrega del proyecto final.
 - Un listado para verificar que sus necesidades han sido identificadas correctamente.
 - Un plan de acción donde se estiman reuniones para revisar objetivos y poder continuar así trabajando.
 - Condiciones generales de firmar con JSolution en un contrato estándar que se ofrece a todo los clientes que se quieran adherir a este servicio.
- **Sexto paso:** El cliente le comunica al comercial su decisión sobre si acepta o no las condiciones establecidas para llevar a cabo el proyecto, si el cliente acepta, se puede pasar al siguiente paso, en caso contrario, se acaba la relación entre este cliente y JSolution por no haber llegado a un acuerdo para iniciar el proyecto.
- **Séptimo paso:** Al llegar a un acuerdo y tener toda la documentación verificada y firmada por el cliente, el comercial puede pasar a comunicarle al encargado del área de desarrollo de marketing el proyecto a realizar.
- **Octavo paso:** El encargado de área de desarrollo de marketing recibe el proyecto que le asigna el comercial y este le asigna a un equipo de publicistas la elaboración de dicho proyecto.
- **Noveno paso:** El encargado y el equipo de publicistas se reúnen para poder determinar objetivos a cumplir, detallar los pasos a seguir para la elaboración del proyecto y aclarar cualquier duda que pueda tener el equipo, de esta forma se busca evitar errores a mitad de desarrollo que puedan poner en peligro el cumplimiento del plazo de entrega que se estableció con el cliente.
- **Décimo paso:** El equipo de publicistas pone en marcha la elaboración del objetivo.
- **Undécimo paso:** Una vez el equipo de publicistas considera que ha completado los objetivos planteado para la correcta elaboración del proyecto, le comunican al encargado los resultados obtenidos para su verificación.

- **Doceavo paso:** Si el encargado del área y el equipo consideran que se han cumplido los objetivos, podemos pasar al siguiente paso, en caso contrario, se ha de retroceder hasta el décimo paso.
- **Treceavo paso:** Al haber considerado que se cumplen los objetivos, el encargado del área de desarrollo de marketing le comunica al comercial que ya se ha cumplido con el objetivo propuesto.
- **Catorceavo paso:** El comercial, al recibir la información del encargado de desarrollo de marketing, pasa a comunicarle al cliente que el objetivo se considera listo y que pueden reunirse para una revisión.
- **Quinceavo paso:** Si el cliente y el comercial acuerdan que los objetivos se han cumplido correctamente, se puede avanzar al siguiente paso. Si no se consideran cumplidos, se debe saltar al diecisieteavo paso.
- **Dieciseisavo paso:** Si todos los objetivos se han cumplido, es decir, si el proyecto está terminado, se puede avanzar al último paso. Si no se han cumplido aún todos los objetivos que abarca el proyecto, se ha de volver al décimo paso para seguir desarrollándolo.
- **Diecisieteavo paso:** El comercial comunica las mejoras necesarias al encargado del área de desarrollo de marketing.
- **Dieciochoavo paso:** El encargado de área le comunica al equipo las mejoras que requiere el proyecto u objetivo, una vez comunicado esto debemos retroceder hasta el décimo paso.
- **Diecinueveavo paso:** Una vez cumplidos todos los objetivos, el proyecto se da por finalizado y se pasa a entregarle el proyecto al cliente. En este punto ya finaliza el proceso y puede darse por finalizada la relación el cliente hasta ese momento, pero siempre a la espera de poder ayudarlo en cualquier problema o ya de cara al proceso del mantenimiento del proyecto.

10.3. Hoja de ruta si el cliente requiere un desarrollo web y un desarrollo de marketing

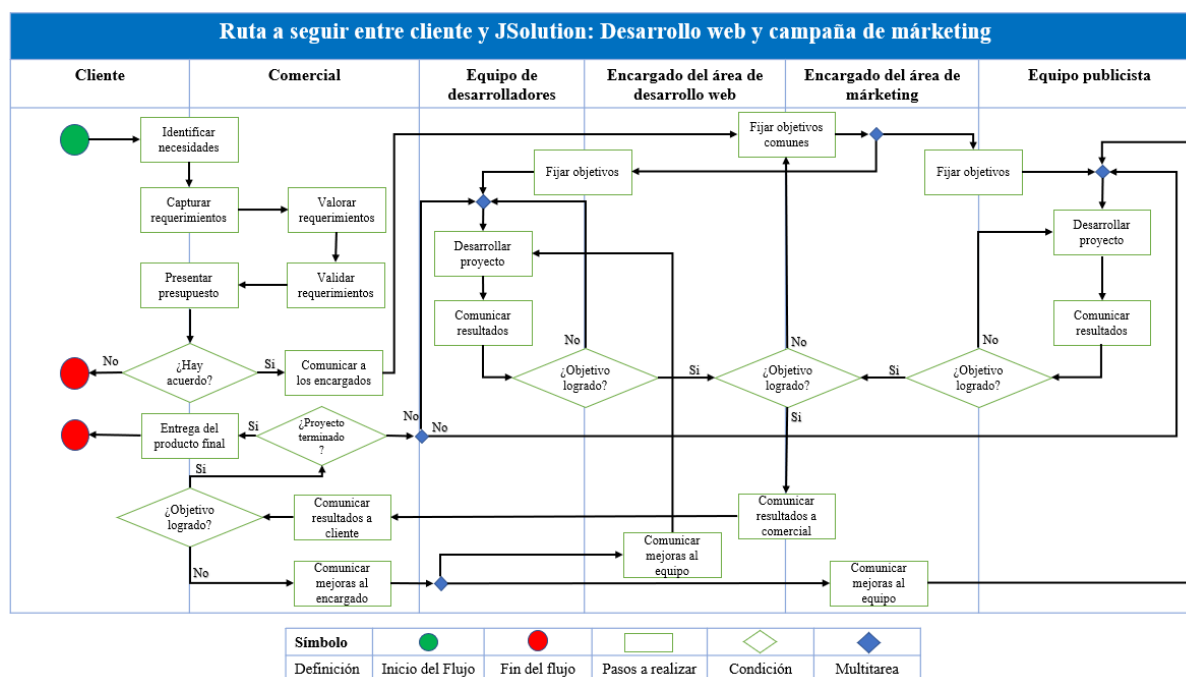


Ilustración 22. Diagrama del proceso a seguir si el cliente solicita un desarrollo de web y marketing en conjunto.

- **Primer paso:** se deben identificar las necesidades de cliente para poder establecer una serie de parámetros que ayudarán a definir objetivos de trabajo, requerimientos y presupuesto a presentar al cliente, esta es una tarea que se realiza entre el cliente y el comercial encargado de reunirse con él.
- **Segundo paso:** Se pasa a capturar los requerimientos necesarios para cumplir las necesidades y objetivos establecidos junto al cliente.
- **Tercer paso:** Se debe valorar los requerimientos del cliente y ver si son viables para JSolution.
- **Cuarto paso:** Se debe validar los requerimientos del cliente para poder pasar a presentar un plan de acción en conjunto al presupuesto requerido para este proyecto. Si no se logran entender o validar correctamente la primera vez dichos requerimientos, esta tarea debe repetirse hasta lograr hacerlo. Esto es algo que suele suceder en cualquier proyecto, por lo que no debe ser una preocupación no lograrlo de forma inmediata.

- **Quinto paso:** se presenta un presupuesto donde se detalla:
 - El coste que tendrá y las posibles formas de pago, ya sea de pago único o a plazos.
 - Tiempo estimado de entrega del proyecto final.
 - Un listado para verificar que sus necesidades han sido identificadas correctamente.
 - Un plan de acción donde se estiman reuniones para revisar objetivos y poder continuar así trabajando.
 - Condiciones generales de firmar con JSolution en un contrato estándar que se ofrece a todo los clientes que se quieran adherir a este servicio.
- **Sexto paso:** El cliente le comunica al comercial su decisión sobre si acepta o no las condiciones establecidas para llevar a cabo el proyecto, si el cliente acepta, se puede pasar al siguiente paso, en caso contrario, se acaba la relación entre este cliente y JSolution por no haber llegado a un acuerdo para iniciar el proyecto.
- **Séptimo paso:** Al llegar a un acuerdo y tener toda la documentación verificada y firmada por el cliente, el comercial puede pasar a comunicarle los encargados del área de desarrollo web y de desarrollo de marketing el proyecto a realizar.
- **Octavo paso:** El encargado de área de desarrollo de marketing y el encargado del área de marketing reciben el proyecto que le asigna el comercial y se reúnen para fijar cuáles son los objetivos comunes que conseguir.

(A partir de este punto se subdividirá cada paso en A y B, donde los pasos A serán para el equipo de desarrollo web y los pasos B serán para el equipo de desarrollo de marketing)

- **Noveno Paso (A):** El encargado de área de desarrollo web le asigna a un equipo de desarrolladores la elaboración de dicho proyecto.
- **Noveno Paso (B):** El encargado de área de desarrollo de marketing le asigna a un equipo de publicistas la elaboración de dicho proyecto.
- **Décimo paso (A):** El encargado y el equipo de desarrollo web se reúnen para poder determinar objetivos a cumplir, detallar los pasos a seguir para la elaboración del proyecto y aclarar cualquier duda que pueda tener el equipo, de esta forma se busca

evitar errores a mitad de desarrollo que puedan poner en peligro el cumplimiento del plazo de entrega que se estableció con el cliente.

- **Décimo paso (B):** El encargado y el equipo de publicistas se reúnen para poder determinar objetivos a cumplir, detallar los pasos a seguir para la elaboración del proyecto y aclarar cualquier duda que pueda tener el equipo, de esta forma se busca evitar errores a mitad de desarrollo que puedan poner en peligro el cumplimiento del plazo de entrega que se estableció con el cliente.
- **Onceavo paso (A):** El equipo de desarrollo web pone en marcha la elaboración del objetivo.
- **Onceavo paso (B):** El equipo de publicistas pone en marcha la elaboración del objetivo.
- **Doceavo paso (A):** Una vez el equipo de desarrollo considera que ha completado el objetivo, le comunican al encargado los resultados obtenidos para su verificación.
- **Doceavo paso (B):** Una vez el equipo de publicistas considera que ha completado el objetivo, le comunican al encargado los resultados obtenidos para su verificación.
- **Treceavo paso (A):** Si el encargado del área y el equipo consideran que se ha cumplido el objetivo, se puede pasar al siguiente paso, en caso contrario, se ha de retroceder hasta el octavo paso(A).
- **Treceavo paso (B):** Si el encargado del área y el equipo consideran que se ha cumplido el objetivo, se puede pasar al siguiente paso, en caso contrario, se ha de retroceder hasta el octavo paso(B).
- **Catorceavo paso:** Los encargados de ambas áreas se reúnen para analizar los resultados obtenidos en cada departamento y evalúan si se han cumplido con el objetivo (si el objetivo era común, sino este paso se puede saltar), si se ha logrado se puede pasar al siguiente paso, en caso contrario, se debe volver al onceavo paso (A) y al onceavo paso (B).
- **Quinceavo paso:** Ambos encargados comunican al comercial que ya se ha completado el objetivo propuesto.
- **Dieciseisavo paso:** El comercial, al recibir la información de los encargado de áreas, pasa a comunicarle al cliente que el objetivo se considera listo y que pueden reunirse para una revisión.

- **Diecisieteavo paso:** Si el cliente y el comercial acuerdan que los objetivos se han cumplido correctamente, se puede avanzar al siguiente paso. Si no se consideran cumplidos, se debe saltar al diecisieteavo paso.
- **Dieciochoavo paso:** Si todos los objetivos se han cumplido, es decir, si el proyecto está terminado, se puede avanzar al último paso. Si no se han cumplido aún todos los objetivos que abarca el proyecto, se ha de volver al décimo paso para seguir desarrollándolo.
- **Diecinueveavo paso:** El comercial comunica las mejoras necesarias al encargado del área del área que competa.
- **Veinteavo paso:** El encargado de área le comunica al equipo las mejoras que requiere el proyecto u objetivo, una vez comunicado esto debemos retroceder hasta el onceavo paso (A) y/o el onceavo paso (B) según sea el caso.
- **Veintiunavo paso:** Una vez cumplidos todos los objetivos, el proyecto se da por finalizado y se pasa a entregarle el proyecto al cliente. En este punto ya finaliza el proceso y puede darse por finalizada la relación el cliente hasta ese momento, pero siempre a la espera de poder ayudarlo en cualquier problema o ya de cara al proceso del mantenimiento del proyecto.

10.4. Hoja de ruta si el cliente requiere servicios de mantenimiento en algún desarrollo web

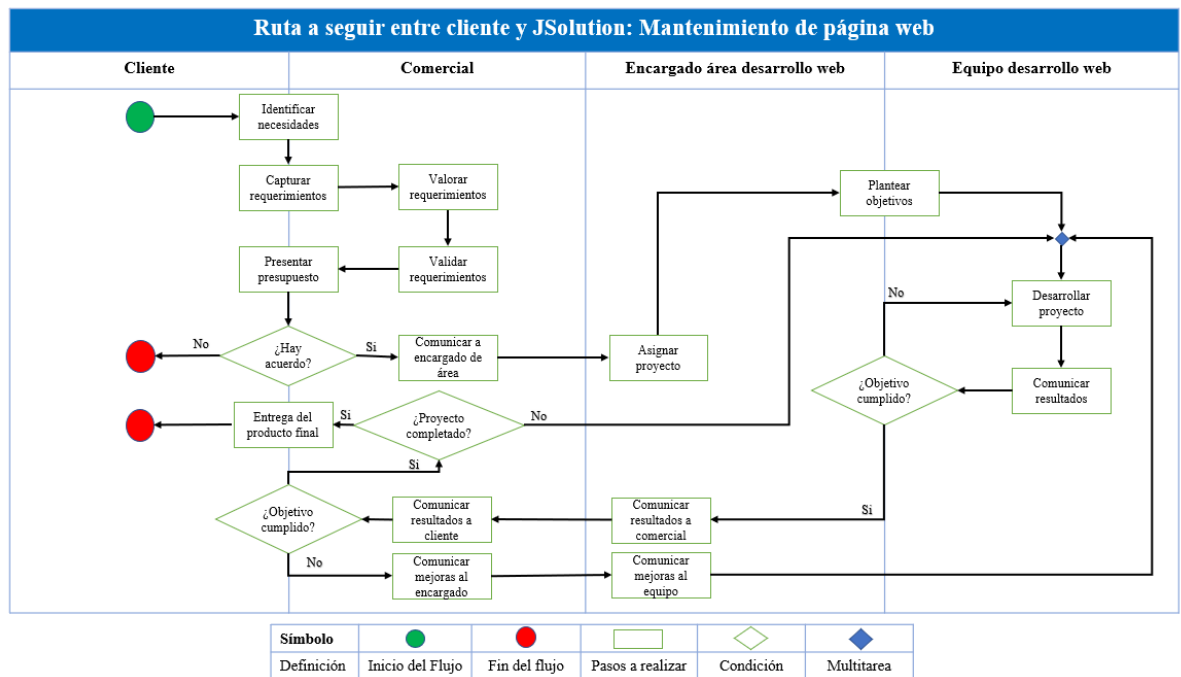


Ilustración 23. Diagrama del proceso a seguir si el cliente solicita un mantenimiento web

Como se puede apreciar en el diagrama expuesto, se seguirán los mismos pasos que al momento de realizar un proyecto común de desarrollo web.

10.5. Hoja de ruta si el cliente requiere servicios de mantenimiento en algún desarrollo de marketing

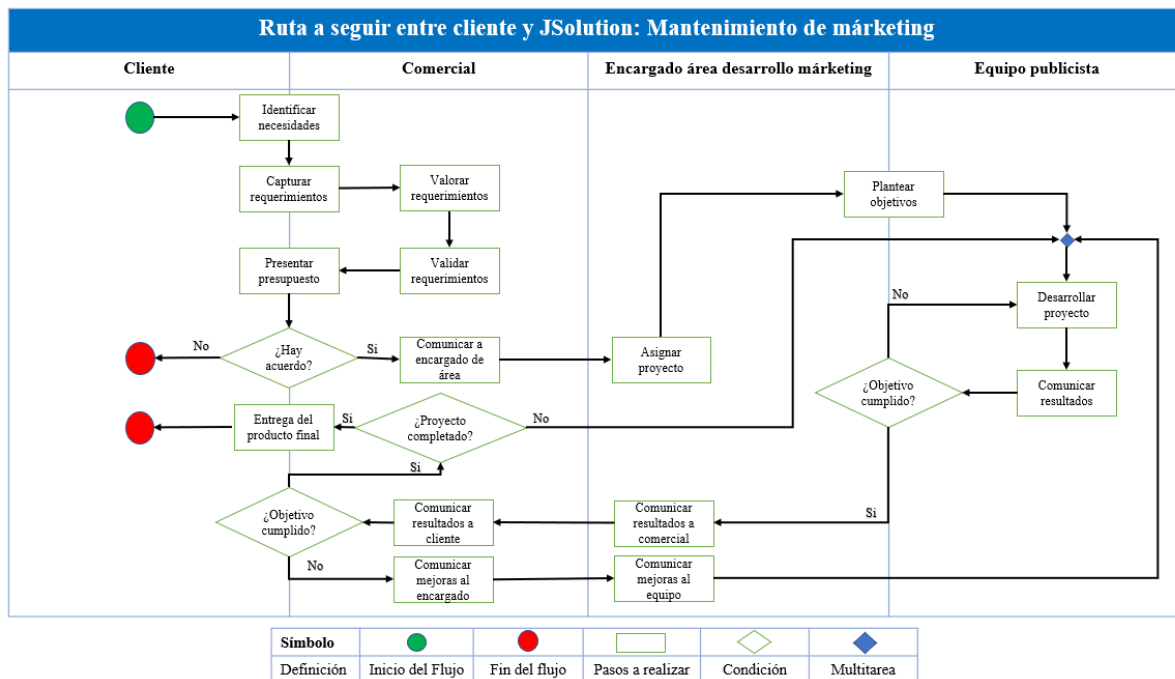


Ilustración 24. Diagrama del proceso a seguir si el cliente solicita un mantenimiento de marketing

Como se puede apreciar en el diagrama expuesto, se seguirán los mismos pasos que al momento de realizar un proyecto común de desarrollo de marketing.

11 PLAN DE VIABILIDAD ECONÓMICA

A través de este plan se busca reflejar los gastos que se tendrán en el proyecto, los recursos financieros con los que la empresa cuenta y la previsión de ingresos esperada. A través de esto se podrá obtener ciertos beneficios, como un mayor control de la empresa de cara al futuro, y un mejor ajuste de los precios al poder comparar los gastos con los ingresos generados por los precios establecidos inicialmente, de forma que también podremos medir el éxito de la empresa y disminuir la incertidumbre sobre su proyectividad a futuro.

Para el caso de JSolution se han tenido en cuenta los siguientes elementos:

- Costes

- **Alquiler de oficina:** representa el coste de alquilar un espacio físico donde podrá situarse la empresa y poder desarrollar sus actividades laborales. Se ha considerado un coste medio mensual de 700 euros.
- **Servicios básicos:** representa a los servicios necesarios para poder tener un ambiente de trabajo digno como agua, electricidad y gas. Se ha considerado un coste medio mensual de 100 euros.
- **Renting de equipos informáticos:** representa el coste de poder adquirir a préstamo portátiles para que los trabajadores puedan realizar sus actividades laborales. Se ha considerado un coste medio mensual de 25 euros por ordenador, incluyendo todo el mantenimiento o sustitución de equipos.
- **Mantenimiento IT:** representa el coste generado por el mantenimiento de equipos y el mantenimiento del sector IT de la empresa (mantenimiento de la web de JSolution). Se ha considerado un coste medio mensual de 50 euros.
- **Marketing:** representa el coste de la campaña de marketing que ha de desarrollar JSolution para su propia publicidad. Puede abarcar costes de nuevas implantaciones y de pagos fijos de alguna implantación anterior. Se ha considerado un coste medio de 500 euros por campaña y un coste medio mensual de 50 euros por mantenimiento.
- **Materiales del Departamento de Marketing:** representa el coste de los materiales utilizados para el desarrollo de campañas off-line para algún cliente

de la empresa, estos materiales son solicitados por el equipo de marketing. Se ha considerado un coste medio de 100 euros por proyecto.

- **Costes varios:** representa cualquier gasto extra e inesperado por parte de la empresa, siempre y cuando sea un gasto previamente aprobado. No se ha considerado un coste medio debido a que al ser gastos inesperados no se puede prevenir su valor.
- **Salarios:** representa el coste de todos los trabajadores de la empresa, en este espacio se considerará el salario bruto. Se ha considerado un coste medio mensual de 2.500 euros brutos por trabajador junior de área de desarrollo web y maintainers, 3.500 euros brutos por trabajador senior de área de desarrollo web, 2.000 euros brutos por trabajador junior de área de desarrollo de marketing y comerciales, 2.800 euros brutos por trabajador senior de área de desarrollo de marketing, y 4.000 euros brutos que corresponden al salario del CEO.
- **Deudas a pagar:** representa el pago de cualquier crédito o préstamo que haya recibido la empresa. Se incluye dentro del valor final cualquier tipo de interés que pueda generar dicho crédito

- Ingresos

- **Proyectos:** representa todos los proyectos puestos en marcha a solicitud de los clientes, se consideran tanto los proyectos de desarrollo web como los proyectos de desarrollo de marketing. Los precios que se han fijado para cada modalidad son:
 - Š **Desarrollo Web:** El Plan Básico tendrá un coste de 1.800 euros si se paga su totalidad al momento, o de 150 euros al mes en un plazo de 12 meses. El Plan Estándar tendrá un coste de 2.000 euros si se paga en su totalidad al momento, o de 167 euros al mes en un plazo de 12 meses. El Plan Premium tendrá un coste de 2.400 euros si se paga en su totalidad al momento, o de 200 euros al mes en un plazo de 12 meses.
 - Š **Desarrollo de Marketing:** El Plan Básico tendrá un coste de 1.000 euros si se paga su totalidad al momento, o de 84 euros al mes en un plazo de 12 meses. El Plan Estándar tendrá un coste de 1.300 euros si se paga en su totalidad al momento, o de 108 euros al mes en un plazo de

12 meses. El Plan Premium tendrá un coste de 1.500 euros si se paga en su totalidad al momento, o de 125 euros al mes en un plazo de 12 meses.

- Š **Ambos servicios:** El Plan Básico tendrá un coste de 2.500 euros si se paga su totalidad al momento, o de 210 euros al mes en un plazo de 12 meses. El Plan Estándar tendrá un coste de 3.000 euros si se paga en su totalidad al momento, o de 250 euros al mes en un plazo de 12 meses. El Plan Premium tendrá un coste de 3.500 euros si se paga en su totalidad al momento, o de 290 euros al mes en un plazo de 12 meses.

Se ha considerado un ingreso medio de 2.000 euros por proyecto de desarrollo web, 1.300 euros por proyecto de desarrollo de marketing, 3.000 euros por proyecto que involucre ambas áreas.

- **Mantenimiento de proyectos anteriores:** representa el coste de mantenimiento de proyectos previos, por ejemplo, el mantenimiento de alguna página web implementada para algún cliente. Se ha estimado un ingreso medio mensual de 70 euros por proyecto web implementado, 50 euros por proyecto de marketing implementado, y 100 euros por proyecto que haya implementado ambas áreas.
- **Créditos concedidos:** representa toda la entrada de capital que tenga la empresa proveniente de algún crédito o préstamo que se le haya otorgado.

Teniendo esto en cuenta, se presentarán dos modelos, uno representa un plan de viabilidad donde hay un buen crecimiento de la empresa, y se presentará otro modelo de viabilidad donde no hay un buen crecimiento de la empresa. Esto se hace con el objetivo de analizar la empresa desde un punto de vista bueno y un punto de vista malo, de esta forma, se puede estar mejor preparado para la situación que se presente de cara a la incorporación al mercado.

A continuación, se visualizarán los dos modelos en sus respectivas tablas, los resultados obtenidos se desarrollarán en el siguiente punto de este informe (punto 12. Resumen Financiero). Estas tablas están generadas por una herramienta desarrollada por JSolution bajo un desarrollo de macros en la aplicación Excel, con esta herramienta se tiene el control de sus ingresos y gastos. Esta herramienta tiene varias funciones, algunas de ellas son: introducir los ingresos y gastos correspondientes, generar un listado con cada entrada, salida y modificación que se haga de estos valores, obtener información del momento actual y del acumulado de la

empresa, y obtener un gráfico representativo de la situación actual de la empresa y un pequeño resumen de dicha situación el cual también se presentará a continuación.

- Modelo representativo de un crecimiento optimista de la empresa

JSolution - Costes 2021												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Alquiler Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Servicios Básicos	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Renting Portátiles	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00	25,00	50,00	50,00	75,00	100,00	125,00	150,00
Mantenimiento IT	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Marketing	550,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	550,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Materiales Dpto. Marketing	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costes Varios	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	200,00	0,00	175,00	300,00	0,00
Salarios	0,00	0,00	0,00	0,00	1500,00	1500,00	2700,00	2700,00	4700,00	5900,00	7100,00	8600,00
Deudas a pagar	0,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	1000,00	0,00
Costes Totales	700,00	1100,00	1100,00	1100,00	3675,00	4425,00	6250,00	5900,00	7725,00	9125,00	9475,00	9700,00

JSolution - Ingresos 2021												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Proyectos	0,00	3000,00	2000,00	1300,00	3000,00	1300,00	6000,00	6000,00	8800,00	6000,00	14800,00	20000,00
Mantenimiento Proyectos Anteriores	0,00	0,00	100,00	170,00	170,00	270,00	320,00	520,00	720,00	840,00	940,00	1040,00
Crédito/Préstamo Concedido	10000,00	0,00	0,00	0,00	5000,00	0,00	0,00	5000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos Totales	10000,00	3000,00	2100,00	1470,00	8170,00	1570,00	6320,00	11520,00	9520,00	6840,00	15740,00	21040,00

JSolution - Resultados 2021												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos Totales	10000,00	3000,00	2100,00	1470,00	8170,00	1570,00	6320,00	11520,00	9520,00	6840,00	15740,00	21040,00
Costes Totales	700,00	1100,00	1100,00	1100,00	3675,00	4425,00	6250,00	5900,00	7725,00	9125,00	9475,00	9700,00
Resultado Total (Mensual)	9300,00	1900,00	1000,00	370,00	4495,00	-2855,00	70,00	5620,00	1795,00	-2285,00	6265,00	11340,00
Resultado Total (Acumulado)	9300,00	11200,00	12200,00	12570,00	17065,00	14210,00	14280,00	19900,00	21695,00	19410,00	25675,00	37015,00

Ilustración 25. Viabilidad económica optimista

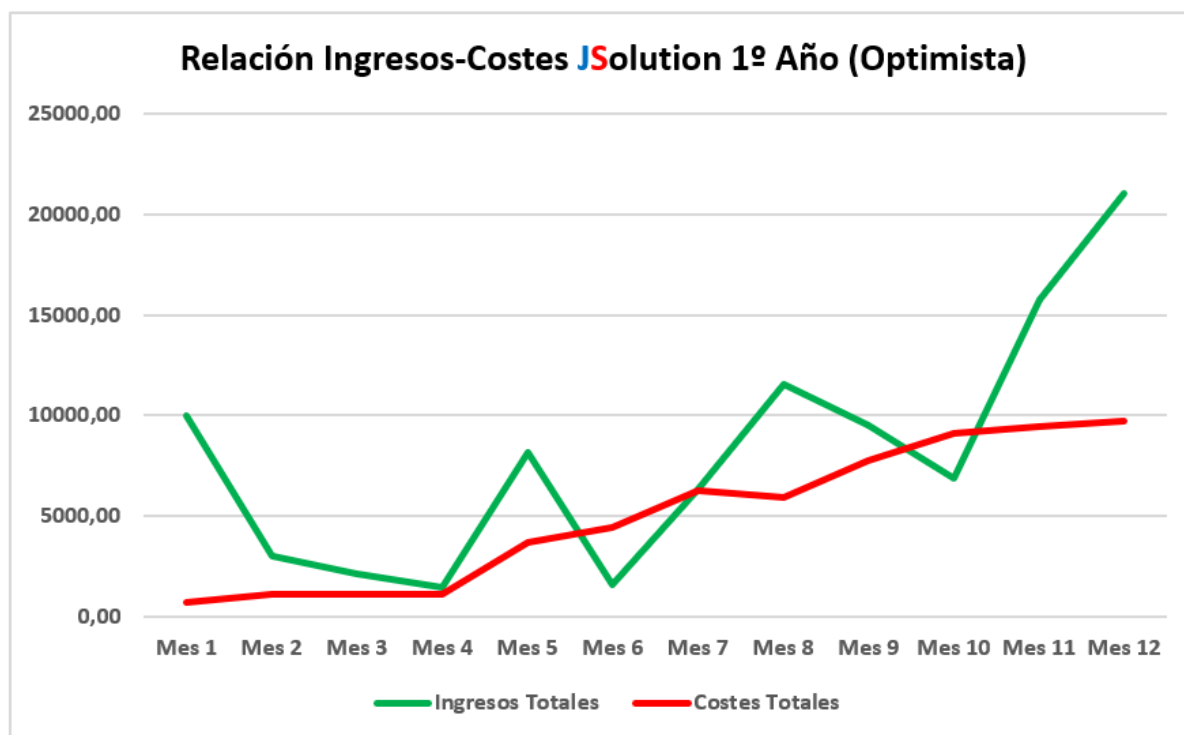


Ilustración 26. Gráfica de viabilidad económica optimista

- Modelo representativo de un crecimiento pesimista de la empresa

JSolution - Costes 2021												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Alquiler Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Servicios Básicos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Renting Portátiles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00	50,00	75,00	75,00
Mantenimiento IT	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Marketing	550,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	550,00	100,00	100,00	100,00
Materiales Dpto. Marketing	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
Costes Varios	0,00	0,00	300,00	0,00	250,00	0,00	0,00	200,00	0,00	175,00	300,00	0,00
Salarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1500,00	2700,00	3200,00	3200,00
Deudas a pagar	0,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	1000,00	0,00
Costes Totales	700,00	1100,00	1400,00	1100,00	1350,00	2100,00	2100,00	2300,00	5025,00	5875,00	5525,00	4225,00

JSolution - Ingresos 2021												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Proyectos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1300,00	3000,00	0,00	2000,00	0,00	3000,00	3000,00
Mantenimiento Proyectos Anteriores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00	150,00	150,00	220,00	220,00	320,00
Crédito/Préstamo Concedido	10000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5000,00	0,00	5000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos Totales	10000,00	0,00	0,00	0,00	5000,00	1300,00	3050,00	5150,00	2150,00	220,00	3220,00	3320,00

JSolution - Resultados 2021												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos Totales	10000,00	0,00	0,00	0,00	5000,00	1300,00	3050,00	5150,00	2150,00	220,00	3220,00	3320,00
Costes Totales	700,00	1100,00	1400,00	1100,00	1350,00	2100,00	2100,00	2300,00	5025,00	5875,00	5525,00	4225,00
Resultado Total (Mensual)	9300,00	-1100,00	-1400,00	-1100,00	3650,00	-800,00	950,00	2850,00	-2875,00	-5655,00	-2305,00	-905,00
Resultado Total (Acumulado)	9300,00	8200,00	6800,00	5700,00	9350,00	8550,00	9500,00	12350,00	9475,00	3820,00	1515,00	610,00

Ilustración 27. Viabilidad económica pesimista

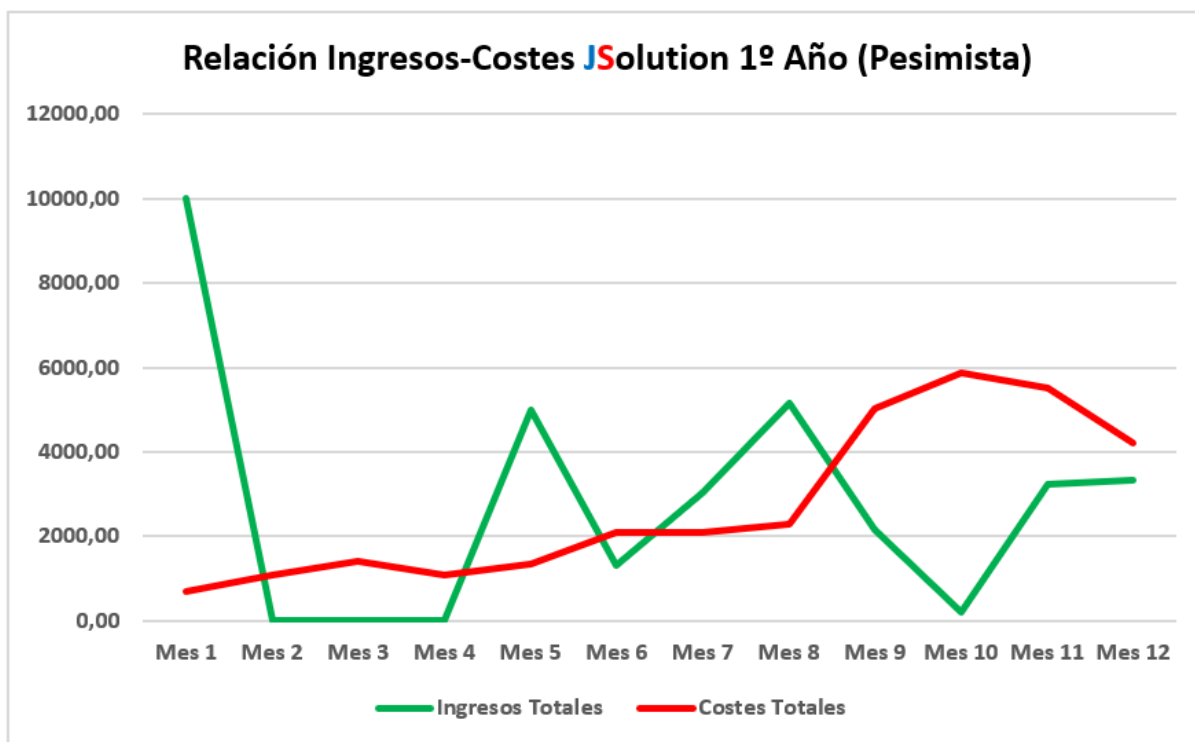


Ilustración 28. Gráfica de viabilidad económica pesimista

12 RESUMEN FINANCIERO

En el resumen financiero se busca explicar los modelos presentados anteriormente y dar una previsión a partir de ello de cómo podría ser la situación financiera de JSolution si se incorporarse al mercado y si sería una inversión viable o no. En este caso, se ve que, tanto en un escenario favorable como en un escenario menos favorable, la empresa puede percibir beneficios, ya sea en mayor o menor medida. A continuación, pasaremos a analizar cada modelo al detalle y dar así una valoración desde un punto medio, ya que este sería el valor más aproximado a la realidad en el caso de que JSolution empezara a facturar.

En el escenario más favorable se ha tenido en cuenta que para poder comenzar se necesita pedir un préstamo de 10.000 euros y uno de 5.000 euros más a mediados de año. A partir de febrero se tiene un primer proyecto en el cual trabajar, también vemos con el paso del tiempo que los gastos como alquiler, salarios, servicios básicos y demás empiezan a aumentar debido al aumento de volumen de trabajo, por lo que se necesita contratar personal y un espacio donde se pueda trabajar en conjunto, además de los equipos necesarios. Este modelo representa un crecimiento progresivo de la empresa dando a entender que en el primer año se tendría de media unos 25 clientes y un total de 6 trabajadores repartidos entre el equipo de desarrolladores y el equipo de marketing, generando así un beneficio a fin de año de casi 40.000 euros.

En el escenario menos favorable se ha tenido en cuenta que para poder comenzar se necesita pedir un préstamo de 10.000 euros, pero al tener el primer proyecto en junio no se ha podido pagar este préstamo por lo que la empresa se ve obligada a pedir otro préstamo para poder cubrir parte del anterior, lo cual genera bastante riesgo. Pero, vemos como poco a poco empiezan a tener nuevos clientes lo que está generando ingresos para poder pagar estas deudas, además, vemos como los gastos siguen subiendo debido a la necesidad de tener un equipo quien pueda sacar adelante todos los proyectos. Se calcula que de media habría unos 5 proyectos y una plantilla de 3 trabajadores repartidos entre el equipo de desarrolladores y el equipo de marketing, generando así un beneficio mínimo de poco más de 600 euros.

Al tener esto en cuenta, se puede realizar un análisis intermedio, el cual representa el escenario más probable a ocurrir. Este escenario representaría la misma necesidad de crédito para poder empezar, pero con una cartera media de 15 clientes o proyectos, y una media de 4 trabajadores repartidos en ambos equipos, contando igualmente con la generación de todos los demás gastos como alquiler, materiales, equipos, etc.

A partir de aquí, se podría hacer entonces una estimación media de 1 proyecto al mes, lo que mantendría siempre a la empresa activa y generando ingresos constantes, por lo cual se considera que su entrada al mercado sería buena y podría generar un beneficio de por encima de los 15.000 euros el primer año. Esto permitiría a JSolution seguir creciendo, invirtiendo en ampliación y mejoras, y pudiendo así abarcar más clientes y proyectos, lo que mejoraría el crecimiento de la empresa intentando siempre aproximarse y superar el escenario planteado con una media de 25 proyectos al año, que vendría siendo el doble de proyectos al mes de lo estimado en esta valoración media.

13 DESARROLLO PRÁCTICO

Durante el desarrollo de este proyecto, se ha tomado la iniciativa de llevarlo a la práctica. Para ello, se ha desarrollado desde cero una plataforma web donde se ofrecen los servicios de JSolution a todo aquel interesado en adquirirlos, y diferentes campañas publicitarias para dar notoriedad a la empresa, a continuación se mostrarán una serie de capturas de pantalla de la página web de JSolution ya mencionada en algunos puntos de este trabajo, <https://jsolution.es>.

Para el desarrollo de este apartado se han utilizado diferentes herramientas como:

- **Lenguaje de programación:** HTML, CSS, JavaScript, Java y SQL.
- **Plataformas tecnológicas:** se han utilizado los servicios de IONOS para la adquisición del dominio, hosting y certificado SSL. Se ha desarrollado un back-end desde la plataforma de desarrollo de Eclipse en lenguaje Java, y MySQL para la base de datos. La plataforma de desarrollo de código del front-end ha sido Visual Studio Code.

A partir de estas herramientas, se ha podido obtener los siguientes resultados:

- **Barra de navegación:** esta barra le da la posibilidad al usuario de navegar por las distintas pestañas que ofrece la web.

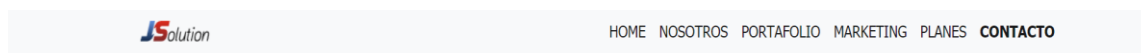


Ilustración 29. Barra de navegación de JSolution

- **Pantalla de inicio (Home):** En esta pantalla nos encontramos con una breve presentación de la empresa, aquí podremos encontrar atajos rápidos a las secciones que más pueden interesar al consumidor.



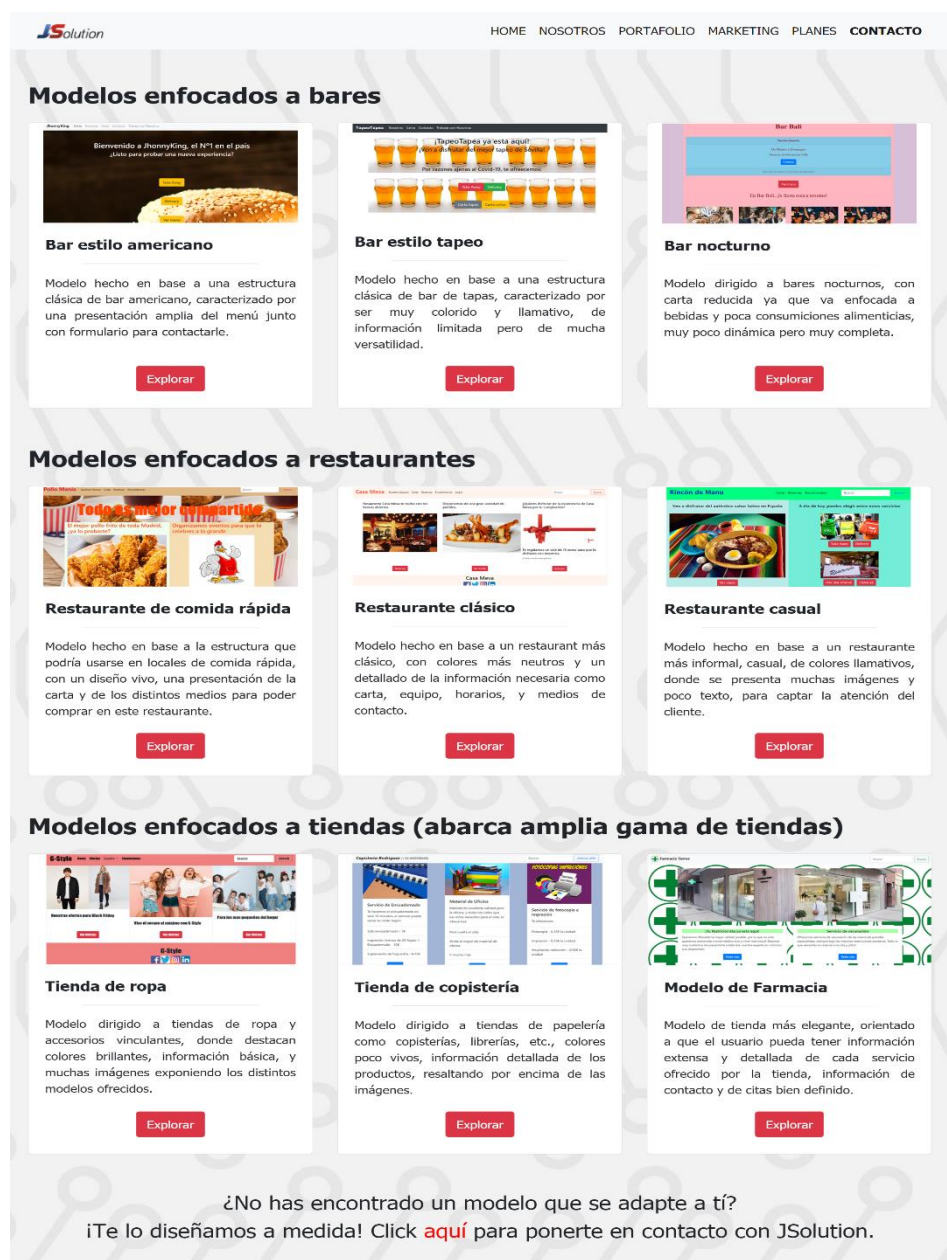
Ilustración 30. Pantalla de inicio JSolution

- **Reguvc " ò Enesta pestaña que ofrece al usuario una breve referencia histórica sobre los inicios de esta empresa, explicando lo que les motiva a funcionar y el compromiso que se plantean de cara al usuario, buscando inspirarle confianza y seguridad a la hora de decidir adquirir alguno de los servicios ofrecidos.**



Ilustración 31. Pestaña Nosotros en JSolution

- **Reguvc " ò Req esta pestaña se presenta** al usuario una serie de diseños de diferentes modelos de negocios desarrollados por la empresa, con esto se busca que el usuario pueda tener una referencia visual de los alcances que tiene la empresa y poder servirle de apoyo a la hora de pensar en cómo le gustaría que fuese su diseño web.



The screenshot displays the JS Solution website's portfolio page, which is organized into three main sections: "Modelos enfocados a bares", "Modelos enfocados a restaurantes", and "Modelos enfocados a tiendas (abarca amplia gama de tiendas)". Each section contains three cards, each representing a different web design model. Each card includes a thumbnail image of the website, a title, a brief description, and an "Explorar" button.

Modelos enfocados a bares

- Bar estilo americano:** Modelo hecho en base a una estructura clásica de bar americano, caracterizado por una presentación amplia del menú junto con formulario para contactarlo.
- Bar estilo tapeo:** Modelo hecho en base a una estructura clásica de bar de tapas, caracterizado por ser muy colorido y llamativo, de información limitada pero de mucha versatilidad.
- Bar nocturno:** Modelo dirigido a bares nocturnos, con carta reducida ya que va enfocada a bebidas y poca consumiciones alimenticias, muy poco dinámica pero muy completa.

Modelos enfocados a restaurantes

- Restaurante de comida rápida:** Modelo hecho en base a la estructura que podría usarse en locales de comida rápida, con un diseño vivo, una presentación de la carta y de los distintos medios para poder comprar en este restaurante.
- Restaurante clásico:** Modelo hecho en base a un restaurant más clásico, con colores más neutros y un detallado de la información necesaria como carta, equipo, horarios, y medios de contacto.
- Restaurante casual:** Modelo hecho en base a un restaurante más informal, casual, de colores llamativos, donde se presenta muchas imágenes y poco texto, para captar la atención del cliente.

Modelos enfocados a tiendas (abarca amplia gama de tiendas)

- Tienda de ropa:** Modelo dirigido a tiendas de ropa y accesorios vinculantes, donde destacan colores brillantes, información básica, y muchas imágenes exponiendo los distintos modelos ofrecidos.
- Tienda de copistería:** Modelo dirigido a tiendas de papelería como copisterías, librerías, etc., colores poco vivos, información detallada de los productos, resaltando por encima de las imágenes.
- Modelo de Farmacia:** Modelo de tienda más elegante, orientado a que el usuario pueda tener información extensa y detallada de cada servicio ofrecido por la tienda, información de contacto y de citas bien definido.

¿No has encontrado un modelo que se adapte a tí?
¡Te lo diseñamos a medida! Click [aquí](#) para ponerte en contacto con JSolution.

Ilustración 32. Pestaña Portafolio de JSolution

- **R g u v c ° c " ò O d e n t r o** en esta pestaña nos encontramos dos ventanas a las que el usuario puede acceder, estas son:

- o **X g p v c p c 'è l ó s V a l o r a c i ó n e s** primero a esta ventana por defecto, en ella se encontrará un conjunto de consejos a la hora de pensar y diseñar una campaña de marketing para cualquier negocio, en ella el usuario puede hacerse una idea de los conceptos que la empresa tendrá en cuenta a la hora de prestar este tipo de servicio.



JSolution HOME NOSOTROS PORTAFOLIO MARKETING PLANES CONTACTO

Tips Ejemplos

Guíamos a tu negocio hasta el éxito

Presencia de tu negocio en internet



Descubre con nosotros las claves para que tu negocio gane presencia en toda internet y por qué es tan necesario hoy en día.

¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

Contáctanos

¿Qué buscan los usuarios a la hora de comprar online?



Déjanos enseñarte que es lo que buscan los usuarios a la hora de comprar de forma online, conoce qué es lo más importante para poder llamar su atención y volverte así su web de referencia.

¿Quieres saber cómo podemos darle todo esto a tu negocio? ¡Contáctanos!

Contáctanos

¿Cómo puedes diferenciarte de tus comeptidores?



Podemos ayudarte a identificar qué te diferencia de tu competencia directa, ayudándote a posicionarte entre los mejores de tu sector.

¿Quieres saber cómo podemos darte todos esto? ¡Ponte en contacto ya!

Contáctanos

La realidad del marketing en pñeo 2021



Cada año surgen nuevas metodologías para llegar a tu público, hemos pasado de la publicidad en diarios y prensa, a la publicidad a través de los "influencers" quienes dieron un giro total a la forma de publicitar, pero, ¿a ti cuál te conviene?

Si quieres saber esto y más debes ponerte en contacto con nosotros.

Contáctanos

¿Conoces los Facebook Ads (publicidad de Facebook)?



Hoy en día, una de los grandes métodos que utilizan los negocios para darse a conocer entre los usuarios de internet, que cada vez somos más, son las publicidades a través de Facebook, también llamados Facebook Ads.

¿Quieres saber cómo podemos aplicar esto a tu negocio? ¡Contáctanos ya y comeinza a ser exitoso!

Contáctanos

La publicidad clásica sigue dando resultados, ¿o no?



Desde los inicios, la publicidad clásica u off-line, siempre ha dado resultados para los negocios, desde darse a conocer hasta publicar ofertas e incluso puestos de empleo, aunque en la actualidad muchos creen que esto ya no es un método seguro de publicitarse.

¿Quieres saber si es cierto y cómo puede afectarte? Nosotros estaremos encantados de ayudarte, contáctanos.

Contáctanos

¿Quieres saber más? ponte en contacto con JSolution aquí.

Ilustración 33. Pestaña Marketing en la ventana Tips de JSolution

- **X g p v c p c " ò G l u g a r i o s a e n c o n t r a** " una serie de ejemplos visuales de los tipos de campañas de marketing que la empresa puede llevar a cabo, se da una breve reseña de ello y a quien puede ir dirigido, de forma que el usuario pueda servirle para identificar cuál le conviene más solicitar.

[HOME](#)
[NOSOTROS](#)
[PORTAFOLIO](#)
[MARKETING](#)
[PLANES](#)
[CONTACTO](#)

[Tips](#)
[Ejemplos](#)

Ejemplos a nivel on-line

Email Marketing

En este caso vemos como G-Style realiza un método llamado "e-mail marketing" en el que incitan al usuario a que siga realizando compras a través de su web, consiguiendo así su atención y aumentar las posibilidades de que el usuario realice la compra.

¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

[Contáctanos](#)

Publicidad a través de plataformas de gran consumo

En este caso para el restaurante Casa Meva hemos optado por una publicidad en una plataforma de gran consumo por parte de millones de usuarios, ya que observamos que un gran numero de clientes potenciales podrían alojarse allí debido a las muchas visistas que hay en las categorías relacionadas con el servicio de comida que ofrecen, esto puede impulsar las visitas a su portal y a que se genere un aumento de la demanda de sus productos.

¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

[Contáctanos](#)

Publicidad a través de las redes sociales

Podemos observar cómo logramos que JhonnyKing tuviese una presencialidad en las redes sociales, en este caso Instagram. De esta forma todo aquel que haga "swipe up" puede acceder directamente a su web (un factor clave es la oferta que se promociona).

¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

[Contáctanos](#)

Ejemplos a nivel off-line

Publicidad a través de vallas en las vías públicas

En este caso hemos optado por una publicidad clásica, presentando a PolloMania en una valla publicitaria ubicada en el centro de la ciudad donde circulan muchos coches al día, de esta forma se busca ganar notoriedad mientras los usuarios circulan por la vía.

¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

[Contáctanos](#)

Publicidad a través de los medios de comunicación

En este caso hemos logrado una alianza entre la emisora de radio Onda Cero y Farmacia Torres, donde durante cada 3 horas aproximadamente se emitirá un anuncio publicitario donde se indica los servicios ofrecidos, su ubicación y sus datos de contacto.

¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

[Contáctanos](#)

Publicidad a través de las redes sociales

En este caso se ha optado por la elaboración de flyers de Copistería Rodríguez, los cuales se han distribuido por los colegios y oficinas de Barcelona, ya que es donde se concentra la mayor parte de los clientes potenciales según los estudios hechos por nuestro equipo.


¿Quieres saber más? No dudes en ponerte en contacto.

[Contáctanos](#)

¿Quieres saber más? ponte en contacto con JSolution **aquí.**

Ilustración 34. Pestaña Marketing en ventana Ejemplos de JSolution

- **R g u v c o c " ñ R s m p e t a ñ a u e l i s a l l i o** contará con toda la información relativa a los planes ofrecidos por la empresa, donde se explican sus características individuales y sus costes, de forma que el usuario pueda comparar entre todos los planes disponibles y escoger así el que mejor le convenga.


HOME NOSOTROS PORTAFOLIO MARKETING PLANES CONTACTO

¿Necesitas una web? Te ofrecemos...

Plan Básico	Plan Estándar	Plan Premium
60€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>	80€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>	100€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>
<p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajando bajo modelo de plantilla seleccionado Sesión para identificar necesidades Elaboración de la web Soporte durante 6 meses Asistencia técnica 24/7 durante 6 meses 	<p>¡Más vendido!</p> <p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajando bajo modelo de plantilla seleccionado Sesión para identificar necesidades Elaboración de la web Asesoramiento sobre mejoras Reporte trimestral de resultados durante 12 meses Soporte durante 12 meses Asistencia técnica 24/7 durante 12 meses 	<p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajando bajo modelo de plantilla seleccionado o diseño personalizado Sesión para identificar necesidades Elaboración de la web Asesoramiento sobre mejoras Prioridad Reporte trimestral de resultados durante 18 meses Soporte durante 18 meses Asistencia técnica 24/7 durante 18 meses
Contáctanos...	Contáctanos...	Contáctanos...

¿Necesitas una campaña de marketing? Te ofrecemos...

Plan Básico	Plan Estándar	Plan Premium
40€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>	70€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>	99€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>
<p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sesión para identificar necesidades Presencia online o clásica (solo 1 de los dos) Reporte trimestral de resultados durante 6 meses Soporte durante 6 meses 	<p>¡Más vendido!</p> <p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sesión para identificar necesidades Presencia online Presencia publicitaria clásica Asesoramiento sobre mejoras Reporte trimestral de resultados durante 12 meses Soporte durante 12 meses Análisis de competencia en un reporte anual 	<p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sesión para identificar necesidades Presencia online Presencia publicitaria clásica Prioridad Asesoramiento sobre mejoras Reporte trimestral de resultados durante 12 meses Soporte durante 12 meses Análisis de competencia en un reporte semestral
Contáctanos...	Contáctanos...	Contáctanos...

¿Necesitas ambos servicios? Te ofrecemos...

Plan Básico	Plan Estándar	Plan Premium
85€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>	120€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>	170€ <small>(pago mensual durante 12 meses)</small>
<p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sesión para identificar necesidades de la web Sesión para identificar necesidades de publicidad Elaboración de la web Desarrollo de campaña de marketing online integrada a la web Reporte trimestral de resultados a nivel general durante 6 meses Soporte durante 6 meses Asistencia técnica 24/7 durante 6 meses 	<p>¡Más vendido!</p> <p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sesión para identificar necesidades de la web Sesión para identificar necesidades de publicidad Elaboración de la web Desarrollo de campaña de marketing online integrada a la web Desarrollo de campaña de marketing clásica Reporte trimestral de resultados a nivel general durante 12 meses Soporte durante 12 meses Asistencia técnica 24/7 durante 12 meses 	<p>Este servicio te incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sesión para identificar necesidades de la web Sesión para identificar necesidades de publicidad Prioridad Análisis de la competencia en un informe semestral Elaboración de la web Desarrollo de campaña de marketing online integrada a la web Desarrollo de campaña de marketing clásica Reporte trimestral de resultados a nivel general durante 18 meses Soporte durante 18 meses Asistencia técnica 24/7 durante 18 meses
Contáctanos...	Contáctanos...	Contáctanos...

Ilustración 35. Pestaña Planes de JSolution

- **R g u v c " ò** En esta pestaña el usuario contará con la oportunidad de poder ponerse en contacto con la empresa, aquí se le solicita que introduzca una serie de datos informativos para nosotros, de forma que podamos comunicarnos con el cliente de la mejor forma posible y acatando todas sus dudas y necesidades. También cuenta con un apartado en el que puede conocer los datos de la empresa en caso de que fuese necesario.

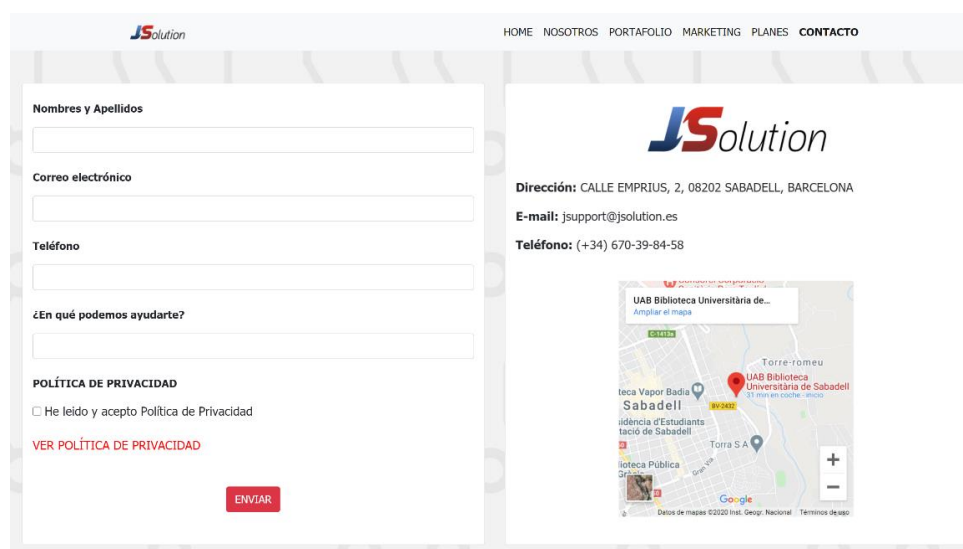


Ilustración 36. Pestaña Contacto de JSolution

- **X g p v c p c " ò** Esta ventana que aparecerá activa solo si ha ocurrido algún error mientras el usuario navegaba en ella, en ella se le indica un correo electrónico donde puede ponerse en contacto directamente con la empresa y notificar la incidencia.




Ilustración 37. Ventana Error de JSolution

- **Barra Inferior:** en esta barra inferior, mejor conocida como footer, el usuario puede encontrar un acceso directo a la pestaña de inicio al hacer click sobre el logotipo de la empresa, también se encontrará con un redireccionamiento a las redes sociales manejadas por la empresa donde podrá disponer de información postada por la misma, esto se logra haciendo click sobre cada una de ellas según sea el caso. Además, nos encontramos con el acceso a otras dos ventanas, estas son:



Ilustración 36. Footer de JSolution

- o **X g p v c p c " ò R q n ¶ v k e n d l e f u g a d i R p o d á l e a r t e d k l f r e l a t i v o < "** a políticas de privacidad de JSolution.



[HOME](#)
[NOSOTROS](#)
[PORTAFOLIO](#)
[MARKETING](#)
[PLANES](#)
[CONTACTO](#)

Política de Privacidad de JSolution

Política actualizada a los requerimientos del 2021

1. Lee atentamente

A la empresa JSolution le preocupa profundamente la privacidad de sus visitantes y usuarios. Tal cual, en la presente Política de Privacidad (Política de Privacidad) se describe de qué manera JSolution.com (Ltd, junto con sus empresas afiliadas de todo el mundo ("JSolution", "nosotros", "nuestro(s)", o "nos"), recopila, utiliza y comparte su Información Personal; asimismo, se explican los derechos que en materia de datos usted puede tener sobre dicha Información Personal. Esta Política de Privacidad se aplica a todos los usuarios de JSolution, incluidos los visitantes, los usuarios registrados y los usuarios premium (conjuntamente "Usuarios", "usted" o "usted") así como a todos los servicios de JSolution, entre otros: nuestros sitio web (incluidos email@JSolution.com y cualquiera de sus subdominios, el "Sitio Web"), las aplicaciones web ("Aplicaciones de JSolution"), las aplicaciones móviles ("Aplicaciones Móviles") y los servicios relacionados (conjuntamente, los "Servicios"). La presente Política de Privacidad no tiene por objeto reemplazar los términos de ningún contrato que tenga con nosotros, ni ninguno de los derechos que pueda tener con arreglo a otras leyes aplicables en materia de protección de datos. Antes de acceder a nuestros servicios o utilizarlos, deberá leer esta política y asegurarse de entender plenamente nuestras prácticas en lo que respecta a su Información Personal. Si después de haber leído y entendido completamente la presente Política de Privacidad, sigue sin estar de acuerdo con nuestras prácticas, debe abandonar el sitio web de inmediato y suspender totalmente el uso de cualquiera de nuestros Servicios. Si tiene alguna pregunta o duda sobre esta política, comuníquese con nosotros en privacy@JSolution.com.

2. ¿Qué información recopilamos?

2.1 Información sobre usuarios

Para prestarle los Servicios, debemos recopilar Información Personal relacionada con una persona física identificada o identificable ("Información Personal"). Recopilamos la Información Personal que usted nos proporcione mientras usa los Servicios, así como de otras fuentes. Estas son las 3 p os de Información Personal que recopilamos sobre usted:

Información que usted nos proporciona. Cuando se registra para obtener nuestros Servicios, compra y/o registra nombres de dominio, utiliza cualquiera de nuestros Servicios y/o cuando se pone en contacto con nosotros directamente mediante cualquier canal de comunicación (p. ej., solicitudes ("tickets") de asistencia técnica de JSolution, correos electrónicos), podrá proporcionarnos Información Personal, como su nombre, dirección de correo electrónico, número de teléfono, Información Personal de pago (en el caso de los Usuarios con Servicios pagados), Información Personal incluida en sus comunicaciones con nosotros e Información Personal que figura en los documentos de identificación escaneados (como un documento o cédula nacional de identidad, licencia de conducir, pasaporte o documentos oficiales de registro empresarial).

Información que recopilamos al utilizar los Servicios. Cuando usted visita, descarga y/o utiliza cualquiera de nuestros Servicios, podemos recopilar Información Personal agregada (anónima) sobre el uso, a saber, actividad de navegación y actividad de pulso (click-stream), mapas de calor (heatmap) y de desplazamiento de los Visitantes y Usuarios; Información Personal no identificable relativa al dispositivo, sistema operativo, navegador de Internet, resolución de pantalla, configuración de idioma y teclado, proveedor de servicios de Internet, páginas de remisión y salida, sellos de fecha y hora, etcétera, en relación con los Visitantes y Usuarios.

Información que recopilamos de otras fuentes. Podemos recibir Información Personal acerca de usted de fuentes de terceros, entre ellas las siguientes: i) proveedores de seguridad y proveedores de detección y prevención de fraudes, por ejemplo para que nos ayuden a descartar a usuarios asociados con delincuencia; ii) plataformas de redes sociales, ya que, cuando usted inicia sesión o se registra mediante su cuenta de red social, podemos recibir Información Personal de dicho servicio (p. ej., su nombre de usuario, Información Personal básica de su perfil); y, en algunos casos, podemos recopilar Información Personal de empresas de mejora de la prospección de posibles clientes, que nos ayudan a mejorar nuestra oferta de servicios, iii) socios de publicidad y comercializadores, con el fin de supervisar, gestionar y medir nuestros campañas publicitarias.

3. ¿Cómo usamos tu información personal?

Utilizamos su Información Personal para los siguientes fines:

1. para prestar y operar los Servicios;
2. para desarrollar, personalizar, ampliar y mejorar nuestros Servicios con base en las preferencias comunes o personales, las experiencias y las dificultades de los Usuarios;
3. para prestarles a nuestros Usuarios una asistencia al cliente y una asistencia técnica permanentes;
4. para ponernos en contacto con nuestros Usuarios y enviarles avisos y mensajes promocionales genéricos o personalizados relacionados con el servicio (como un correo electrónico en la Sección B);
5. para facilitarnos la actualización, ampliación y análisis de nuestros registros con el fin de identificar a nuevos clientes;
6. para facilitar, patrocinar y ofrecer determinados concursos, eventos y promociones, determinar la elegibilidad de los participantes, supervisar el rendimiento, ponerlos en contacto con los ganadores y otorgar premios y beneficios;
7. para crear otros materiales agregados (anónimos) y otros tipos de Información Personal agregada y/o anonimizada, que nosotros o nuestros socios de negocios pueden utilizar para prestar y mejorar nuestros respectivos servicios;
8. para proporcionarle asistencia profesional, únicamente previa solicitud de su parte;
9. para fortalecer la seguridad de nuestros datos y nuestras capacidades de prevención de fraudes; y
10. para cumplir con las leyes y reglamentos aplicables.

Utilizamos su Información Personal para los fines que se establecen en la Sección 3:

1. cuando sea necesario que utilicemos su Información Personal para regular un contrato o tomar medidas para celebrar un contrato con usted (p. ej., para proporcionarle un constructor de sitio web), para prestarle nuestra asistencia al cliente y asistencia técnica;
2. cuando sea necesario que utilicemos su Información Personal para cumplir con una determinada obligación legal o regulatoria que tengamos; o
3. cuando sea necesario que utilicemos su Información Personal para regular los legítimos intereses y los fines empresariales (por ejemplo, para mantener y mejorar nuestros Servicios y la eficacia de Web mediante la identificación de problemas técnicos), siempre que lo hagamos de manera proporcionada y respetando sus derechos de privacidad.

Ilustración 38. Ventana Política de Privacidad de JSolution

- X g p v c p c " ò V ² t o n p l a d l u s f a r g o ' p o r W u q n o e r ' l a n o r m a t i v a a p l i c a d a p o r l a e m p r e s a e n c u a n t o a l o s f i n e s y u t i l i d a d e s d e u s o q u e c o n s i e n t e l a e m p r e s a s o b r e l a p á g i n a w e b .

Términos de Uso de JSolution

1.Acuerdo Legal

Estos términos de uso de JSolution.es ("Términos de Uso"), junto con los términos adicionales que se aplican específicamente a algunos de nuestros servicios y características como se presentan en el o los sitios web de JSolution.com ("Sitio web de JSolution" y, colectivamente, los "Términos de JSolution"), forman en conjunto el total de términos y condiciones aplicables a cada visitante o usuario ("Usuario" o "usted") del Sitio Web JSolution, la aplicación móvil JSolution (la "App JSolution") y/o cualquier otro servicio, aplicación o característica ofrecida por nosotros con respecto a lo aquí contemplado, excepto donde específicamente decimos lo contrario (todos los servicios ofrecidos en el Sitio Web de JSolution o la App JSolution, colectivamente, los "Servicios de JSolution" o "Servicios"). Los Términos de Uso de JSolution constituyen un contrato legal vinculante y exigible entre JSolution.com Ltd. y sus compañías afiliadas y subsidiarias en todo el mundo ("JSolution" o "nosotros") y usted en relación con el uso de los Servicios de JSolution, así que por favor léalos con atención. Usted puede visitar o utilizar los Servicios de JSolution y/o la App JSolution únicamente si acepta por completo los términos de JSolution y, al usar o registrarse en cualquiera de los servicios de JSolution, significa y afirma su consentimiento a estos Términos de Uso y cualesquiera otros Términos de JSolution aplicables al uso de los Servicios de JSolution. Si usted no lee, entiende completamente y está de acuerdo con los Términos de JSolution, debe salir inmediatamente del Sitio Web de JSolution y evitar o suspender todo uso de cualquiera de los Servicios de JSolution. Al utilizar nuestros servicios, usted reconoce que ha leído nuestra política de privacidad.

Ilustración 39. Ventana Términos de Uso de JSolution

También se ha desarrollado el apartado de marketing. Se ha desarrollado bajo una metodología online y offline, ya que esto ayudará a abarcar un mayor público. Entre los elementos desarrollados se encuentran los siguientes:

- Logotipo



Ilustración 40. Logotipo JSolution.

- **Tarjeta de presentación**



Ilustración 41 Tarjeta de presentación.

- **Publicidad para redes sociales y webs:** en este caso se presenta una publicidad, o también llamado add, en una página web donde los usuarios que cliquen sobre ella les redirigirán de forma automática a la web de la empresa.

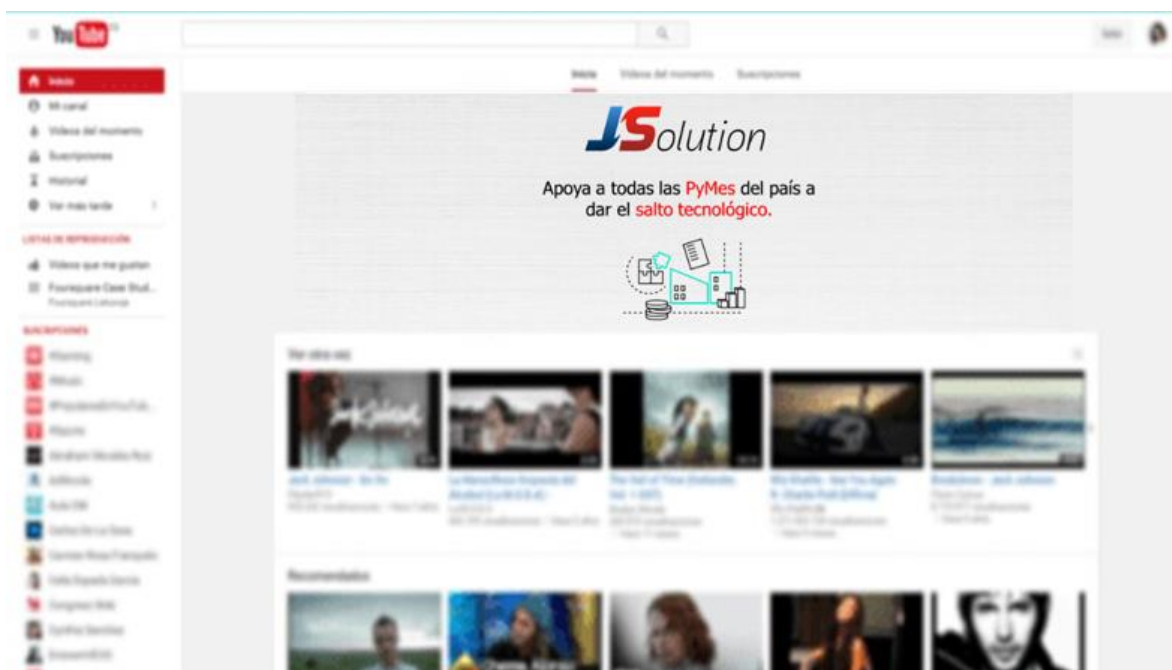


Ilustración 42. Publicidad en página web.

14 CASO REAL

14.1. Introducción

Para la realización de este Trabajo Final de Grado se ha tomado la iniciativa de poner en práctica todo el trabajo desarrollado previamente. Para ello, JSolution se ha puesto en contacto con una serie de pequeños y medios negocios en la ciudad de Barcelona para ofrecerles sus servicios. Entre todos los negocios visitados, se ha decidido trabajar para Farmacia Del Rosari, una farmacia ubicada en el barrio gótico de Barcelona.

La decisión de trabajar para un negocio como una farmacia se debe a que JSolution cree que este tipo de negocio es quien merece más que nunca poder trabajar con este tipo de servicio, ya que la actual pandemia requiere que las farmacias puedan ofrecer un 100% de atención a todas las personas que puedan. El hecho de que puedan tener un segundo canal que les ayude a poder llegar y ayudar a más personas, encaja perfectamente con la necesidad actual de la población y con los valores que caracterizan a JSolution.

La principal necesidad de Farmacia Del Rosari es dar un vuelco a su modelo de negocio actual e implementar nuevas vías para darse a conocer y aumentar el volumen de ventas, y lograr mejorar su situación actual debido al gran golpe que han sufrido a causa de la pandemia. A nivel del área tecnológica, la farmacia necesita la implementación de un portal web donde publicitar productos, eventos, servicios, y poder comunicarse con sus clientes fuera del entorno clásico. A nivel del área de marketing, la farmacia necesita dar una nueva imagen mucho más actual y moderna, pero sin descuidar su principal característica: su antigüedad.

Es actualmente la farmacia más antigua de Barcelona, ésta fue construida en el año 1561 bajo el nombre de Farmacia Padrell y hoy en día pasará a ser llamada Farmacia Del Rosari. La farmacia desea explotar al máximo esta peculiar característica y potenciar así su modelo de negocio, pasando de solo actuar como un punto de venta y atención a cliente sobre productos de la salud a también actuar como un punto turístico de la ciudad.

El principal objetivo para JSolution es crear un segundo canal de ventas mediante el desarrollo e implementación de un portal web y mejorar la publicidad e imagen de la actual farmacia, potenciando también la evolución a un punto de interés turístico de la ciudad.

14.2. Requerimientos del cliente

JSolution y Farmacia Del Rosari han mantenido varias reuniones donde se han recogido y evaluado todos los requerimientos que tiene la entidad para su desarrollo web y su campaña de marketing, además de conocer las necesidades que tienen actualmente que les impide seguir creciendo. A continuación, se presenta el listado acordado entre ambas partes para el desarrollo de la web:

- ◁ Debe contener una sección con los **productos** vendidos por la farmacia, esta sección estará formada con ventanas que presenten la imagen, el nombre y el precio del producto. También tendrá un acceso a un despliegue más específico de la información, donde habrá una descripción del producto para que así el cliente conozca a profundidad la utilización de este. Además, habrá un acceso al principio de la sección donde el cliente podrá acceder a un **listado de marcas** con las que trabaja la farmacia.
- ◁ Debe contener una sección con los **servicios ofrecidos** por la farmacia, esta sección contendrá subsecciones, cada una de estas equivale a cada uno de los servicios ofrecidos. De momento se establecen 4 servicios: **Nutrición, Perforación de orejas, Eventos y Preparación de fórmulas**. Cada una de estas secciones presentará una pequeña información para que el usuario conozca de que va dicho servicio, la manera en que se realizará, el coste, y el horario disponible para su reserva.
- ◁ Debe contener un apartado donde el encargado/a de la farmacia pueda publicar información que considere necesaria e interesante para los usuarios, se plantea que se realice bajo el modelo de **Blog**. Cada post o publicación contendrá un título, el autor que lo desarrolla, el texto y una imagen que caracterice a la información que se describe en el post.
- ◁ Debe contener un apartado donde se presente al usuario las distintas formas de **contactar y ubicar** a Farmacia Del Rosari, dentro de esta sección también estará un apartado de **reservas**. En ambos casos el usuario podrá conocer ubicación, datos de contacto, fechas y horarios disponibles, el usuario podrá también dejar comentarios que llegue a los encargados de la farmacia para que así puedan recibir un feedback o puedan ayudar a su clientela, y así les ayude a mejorar en su servicio.

- ◁ La pantalla inicial contendrá un **resumen de las otras secciones** de forma que se pueda orientar al usuario a seguir navegando en la página, de forma que pueda acceder a la información y realizar una compra.
- ◁ Los usuarios deben tener a su disposición un **botón de WhatsApp** a través del cual podrán contactar con la farmacia y poder realizar una compra, esto es deseo expreso por parte de Farmacia Del Rosari quien de momento no desea vender directamente a través de la web. El cliente interesado, podrá enviar un WhatsApp o un correo a la farmacia con los productos que desea comprar, a través del medio elegido la farmacia realizará el proceso que considere pertinente.
- ◁ El idioma que debe manejar es el **español**.
- ◁ Debe haber una sección donde se describa la **historia de la farmacia**, ya que se desea aprovechar el factor cultural que les caracteriza al ser una de las farmacias más antiguas de Barcelona. También contendrá imágenes de la evolución que ha tenido, y contendrá un apartado donde se describa la **misión, visión y valores** que les caracteriza.
- ◁ Debe ser un **entorno seguro**, es decir, tener por lo menos un certificado SSL.
- ◁ Debe tener un **apartado legal y de condiciones de uso**, donde el usuario pueda conocer toda la información legal que se requiere. Este estará ubicado al pie de la página junto con una sección que lleve a las redes sociales.
- ◁ Se estará abierto a modificaciones, implantación y eliminación de nuevos apartados o secciones.

En el caso del desarrollo de marketing se ha recogido:

- ◁ El idioma que se utilizará será **español y catalán**.
- ◁ Debe realizarse un **logotipo** que reúna características del arte Gaudí, ya que la farmacia está construida bajo una visión similar a la del artista. El logotipo será en catalán ya que el nombre legal de la farmacia es en esta lengua.
- ◁ Debe realizarse **tarjetas de presentación** las cuales contendrá los datos de contacto de la farmacia y el logotipo de esta.
- ◁ Debe realizarse **publicitación online y offline**. Para el caso de la publicitación online se crearán perfiles en **redes sociales** como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y

Gmail, que servirán tanto como medio de comunicación entre cliente y farmacia, como punto de publicitación. Para el caso de la publicitación offline, se realizarán **flyers** donde se describirá información atractiva para el cliente como ofertas, descuentos, o la publicitación de algún evento o servicio ofrecido.

- ◁ Todo desarrollo de publicidad debe estar **orientado a un público neutro**, ya que es un tipo de negocio al cual se atrae tanto a jóvenes como a personas muy mayores, y será prácticamente imposible orientar a un grupo específico.
- ◁ Se realizará una **muñeca** decorada con uniforme de farmaceuta, la cual medirá aproximadamente 30-50cm y se colocará a la entrada de la farmacia. Esta muñeca deberá tener conjuntos u outfits que vayan a juego con la época del año. Esta idea surge por la ubicación de la farmacia, ya que se encuentra al lado de un instituto de educación primaria, y esto puede atraer la atención de los más pequeños y en consecuencia la de sus padres, quienes serán los potenciales clientes.
- ◁ Se estará abierto a modificaciones, implantación y eliminación de nuevas ideas o desarrollos publicitarios.

14.3. Condiciones y pasos que seguir entre el cliente y la empresa

Una vez se han recogido las necesidades y requerimientos de Farmacia Del Rosari, JSolution pasa a acordar el funcionamiento de la relación entre ambas partes. Ambas partes han acordado trabajar bajo una serie de objetivos, tanto para el desarrollo web como para el desarrollo de marketing.

En el caso de la web se han planteado presentar resultados cada 20 días, si dicho objetivo se cumple y recibe el visto bueno del cliente, se procederá a trabajar en el siguiente objetivo. En caso contrario, se debe retomar su realización hasta que el cliente quede conforme, estos objetivos son:

- ◁ Presentar el apartado de **Contacto y Reserva**, esta es la pestaña donde los clientes podrán conocer los datos tanto de ubicación como de contacto con la farmacia, y a su vez poder reservar fecha y hora para cualquier actividad ofrecida.
- ◁ Presentar el apartado de **Blogs**, esta es la pestaña donde la persona encargada podrá subir una serie de posts en la web, donde podrá presentar cualquier información que considere necesaria o de interés de cara al público.

- ◁ Presentar el apartado de **Servicios**, esta es la pestaña que contendrá varias subpestañas como **Nutrición, Preparación de Fórmulas**, etc. en estas se presentará una pequeña reseña sobre la utilidad de este servicio para el cliente, precios, horarios y demás información que el encargado considere necesaria.
- ◁ Presentar el apartado de **Productos**, esta es la pestaña que contendrá tanto el listado de marcas con las que trabaja la farmacia como los productos que ofrecen a sus clientes. Para cada producto se ofrece información como imagen, nombre, precio, descripción, etc.
- ◁ Presentar el apartado de **Nosotros**, esta es la pestaña donde se presentará la historia cultural que hay detrás de esta farmacia, también se presentará a los clientes información característica de la farmacia como su misión, visión y valores.
- ◁ Presentar el apartado de **Home**, esta será la última pestaña ya que resume un poco a todas las anteriores. Aquí se presentará información clave para el cliente como las mejores marcas, los mejores productos, últimas noticias, etc.
- ◁ Una vez todos los apartados estén validados, se procederá a presentar el modelo final que reúna a todas las pestañas explicadas con anterioridad para la validación final por parte de Farmacia Del Rosari.

En el caso del marketing se han planteado presentar resultados también en plazos de 20 días, de forma que los resultados se presenten en conjunto a los del desarrollo web. El procedimiento será el mismo, si dicho objetivo se cumple y recibe el visto bueno del cliente, se procederá a trabajar en el siguiente objetivo. En caso contrario, se debe retomar su realización hasta que el cliente quede conforme, estos objetivos son:

- ◁ Presentar modelos para el **logotipo** de la farmacia.
- ◁ Presentar modelos de **tarjetas de presentación**, aquí se debe tener una serie de datos básicos de Farmacia Del Rosari que puedan ser útiles para el cliente, como las distintas formas de contacto.
- ◁ Presentar modelos de **flyers** y modelos de **publicitación digital**, estos deben contener información que sea atractiva para el cliente donde se pueden presentar desde ofertas hasta información clave de la farmacia, como los servicios ofrecidos, algún producto estrella, descuentos, etc.

- ◁ Presentar la **implantación de la publicidad digital en redes sociales**, en este punto se presentará las distintas redes sociales que se empezarán a manejar por parte de la farmacia con sus respectivos anuncios.
- ◁ Presentar modelo de **muñeca** de Farmacia Del Rosari, aquí se presentará distintos modelos de las posibles muñecas que pueden hacerse para colocar en la entrada de la farmacia. También se presentarán ideas de conjuntos que vayan a juego a ciertas épocas claves del año, lo que permite atraer aún más a la clientela.
- ◁ Presentar modelos de **artículos de regalo** de Farmacia Del Rosari.
- ◁ Una vez todos los modelos sean aprobados, se procederá a su implantación y entrega a Farmacia Del Rosari.

Una vez ambas partes se hayan entregado, Farmacia Del Rosari y JSolution habrán cumplido con sus objetivos propuestos al principio de la relación entre ambos y se procederá al mantenimiento de ambos desarrollos en un plazo de 12 meses, los cuales podrán ampliarse si así lo expresa pasado este tiempo.

Para este trabajo, la única condición impuesta ha sido mantener el secreto profesional para evitar que la competencia pueda verse beneficiada de información privilegiada que manejará JSolution durante la realización de este trabajo. De igual forma, la única condición impuesta por JSolution ha sido que la farmacéutica proporcione toda la información solicitada de forma que el resultado sea el más exitoso posible, manteniendo en confidencialidad cualquier dato o información sensible para ellos.

14.4. Ejemplo de seguimiento entre cliente y empresa

Debido a la gran cantidad de objetivos que existen, en este trabajo únicamente se presentará un ejemplo de la presentación y aprobación de uno de los objetivos a nivel web y a nivel de marketing.

Buenos días Mónica,

Este correo tiene la finalidad de hacerle llegar los objetivos que se han estado desarrollando hasta el momento por parte del equipo de JSolution, específicamente, en el área de **desarrollo web**. Le hacemos entrega de la sección **Contactor/Reservar**.

Esta sección tiene por finalidad permitir al usuario poder contactar con la farmacia para poder resolver cualquier duda o problema. También le permite realizar una reserva para los eventos y servicios ofrecidos por ustedes.

Encontrará a continuación un adjunto donde tiene una imagen de ambas pantallas. El funcionamiento de cada una de estas secciones es el siguiente: (cada número concuerda con el número que visualiza en la imagen)

• Contactor

1. Aquí el usuario podrá añadir sus respectivos datos identificativos. También podrá añadir el motivo por el cual desea contactar con la farmacia
2. Debe aceptar la política de privacidad para poder enviar sus datos
3. Aquí presiona Enviar para hacer el envío de los datos. Si todo se ha hecho correctamente, aparecerá un mensaje de éxito. En caso de que algo falle, el sistema indicará dicho fallo.
4. Aquí se pueden encontrar los datos de ubicación y contacto de Farmacia del Rosari, cuenta con un acceso directo a Google Maps para poder acceder directamente a la aplicación y medir su distancia actual con la ubicación del establecimiento.

1. Aquí el usuario podrá añadir sus respectivos datos identificativos.
2. Aquí el usuario podrá elegir la actividad que desea reservar. Puede ser un servicio o un evento.
3. Aquí el usuario podrá escoger fecha y hora a reservar para dichos eventos o servicios a reservar
4. Aquí el usuario podrá dejar algún comentario en caso de que lo considere necesario
5. Debe aceptar la política de privacidad para poder enviar sus datos
6. Aquí presiona Enviar para hacer el envío de los datos. Si todo se ha hecho correctamente, aparecerá un mensaje de éxito. En caso de que algo falle, el sistema indicará dicho fallo.
7. Aquí se pueden encontrar los datos de ubicación y contacto de Farmacia del Rosari, cuenta con un acceso directo a Google Maps para poder acceder directamente a la aplicación y medir su distancia actual con la ubicación del establecimiento.

Toda esta información la podrá consultar usted desde su apartado administrativo, donde podrá verificar que cumpla con sus capacidades.

Sin más que agregar, quedamos a la espera de tus comentarios y/o aprobaciones. Recuerde que una vez recibamos el visto bueno por su parte, JSolution podrá avanzar hacia el siguiente objetivo.

Saludos!

Ilustración 43. Extracción del correo enviado por JSolution a su cliente sobre el apartado de web,

○ Mónica Gutiérrez Peña <[redacted]@gmail.com>
Para Juan Carlos Rodríguez

[Responder](#) [Responder a todos](#) [Reenviar](#) [Borrar](#) [Añadir a remitentes seguros](#) [Añadir a remitentes bloqueados](#) [≡](#)

2 adjuntos ▸ [Vista](#) [Descargar](#)

Buenos días Juan,

He podido revisar ambos apartados (tanto el de Contactor como el de Reservar), me parece que cumplen con lo propuesto y el resultado visual tanto funcional concuerda con nuestras necesidades. Por ello te doy mi aprobación formal para que este apartado podría considerarse listo y que pueden seguir avanzando hacia el siguiente objetivo.

¡Gran trabajo! Y muchísimas gracias por vuestra ayuda en este gran proyecto.

Que tengan un muy buen día

Saludos,

Ilustración 44. Respuesta recibida por parte del cliente sobre el apartado web

En el caso del ejemplo de apartado web, se presenta al cliente una imagen de previsualización de la ventana Contacto y Reserva, en ella el cliente ve la estructura que se ha desarrollado y tiene a su disposición un listado detallado con la información que debe conocer sobre la misma. Se puede apreciar que el cliente da el visto bueno a esta ventana, en este caso JSolution podría continuar trabajando en su siguiente objetivo. (Por motivos de protección de datos se ha ocultado la dirección de correo electrónico del cliente para estas imágenes).



Ilustración 45. Extracción del correo enviado por JSolution a su cliente sobre el apartado de marketing.

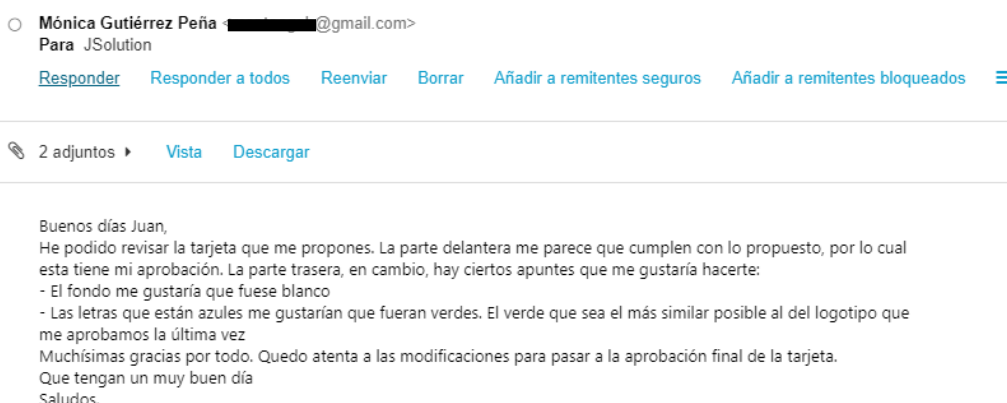


Ilustración 46. Respuesta recibida por parte del cliente sobre el apartado de marketing.

En el caso del ejemplo del apartado de marketing, se presenta al cliente una imagen con 2 los dos laterales de tarjetas de presentación. Ambas imágenes cumplen, en principio, con las condiciones expuestas por el cliente, pero se puede observar como el cliente expone las mejoras que deben realizarse. En este caso, no se podría continuar con el siguiente objetivo por lo que se ha de retomar la realización de la tarjeta de presentación con las críticas expuestas.

○ Juan Carlos Rodríguez <jsupport@jsolution.es>
Para Mónica Gutiérrez Peña

[Responder](#) [Responder a todos](#) [Reenviar](#) [Borrar](#) [Añadir a remitentes seguros](#) [Añadir a remitentes bloqueados](#) [☰](#)

[📎 4 adjuntos ▶](#) [Vista](#) [Descargar](#)

Buenos días Mónica,

Este correo tiene la finalidad de hacerle llegar los objetivos que se han estado desarrollado hasta el momento por parte del equipo de JSolution, específicamente, en el área de **desarrollo de márketing**. Le hacemos entrega del modelo creado para **"Tarjetas de presentación"**.

Encontrará a continuación un adjunto donde tiene una imagen de ambos modelos desarrollados (parte delantera y parte trasera). Hemos tenido en cuenta sus sugerencias, como podrá ver, las hemos podido aplicar con éxito. Esperamos que este modelo sí cumpla con sus requerimientos.

Parte delantera:



Parte trasera:



Sin más que agregar, quedamos a la espera de sus comentarios y/o aprobaciones. Recuerde que una vez recibamos el visto bueno por su parte, JSolution podrá avanzar hacia el siguiente objetivo.

Saludos!

Ilustración 47. Extracción del correo enviado al cliente sobre mejoras del apartado de marketing.

○ Mónica Gutiérrez [REDACTED] ogab@gmail.com>
Para Juan Carlos Rodríguez

[Responder](#) [Responder a todos](#) [Reenviar](#) [Borrar](#) [Añadir a remitentes seguros](#) [Añadir a remitentes bloqueados](#) [☰](#)

[📎 4 adjuntos ▶](#) [Vista](#) [Descargar](#)

Buenos días Juan,

He podido revisar ambos laterales de la tarjeta. Me parece que cumplen con lo propuesto ahora sí, por lo que tienes mi aprobación formal para que este apartado podría considerarse listo y puedan continuar con su trabajo.

¡Gran trabajo!

Que tengan un muy buen día

Saludos

Ilustración 48. Respuesta recibida por parte del cliente sobre la mejora hecha en el apartado de marketing.

Aquí podemos ver cómo, en este caso, ya la tarjeta cumple con sus condiciones expuestas tanto previamente como las últimas mencionadas en su correo, por lo que se puede observar que ahora si se tiene la aprobación y por ende se puede continuar con el siguiente objetivo. (Por motivos de protección de datos se ha ocultado la dirección de correo electrónico del cliente para estas imágenes).

14.5. Resultados obtenidos

◀ Desarrollo web (vista de los usuarios):

- **Barra de navegación:** En esta barra el usuario podrá acceder a las diferentes ventanas que conforman la web, así podrá desplazarse según su necesidad.



Ilustración 49. Barra de navegación

- **Footer:** El usuario podrá acceder a las redes sociales de la farmacia. También podrá consultar rápidamente datos de contacto de la farmacia y podrá acceder a algunas de las secciones de atención al cliente.




Ilustración 50. Footer

- **Ventana Home:** El usuario se encontrará con 3 secciones: la primera representa a los productos más vendidos, la segunda representa las mejores marcas, y la última representa algunos de los blogs posteados por la farmacia. Todo esto se hace para lograr captar la atención de forma más rápida por parte del cliente. También se incluye una alerta fijada en pantalla donde se presenta un código de descuento, esto se hace con el objetivo, por parte del equipo de marketing, de atraer al usuario a realizar un pedido.

5 euros de descuento
Código: ROSARIO5

TOP VENTAS


Aquí tienes nuestros productos número uno en ventas.



Almirón Infusión Digest 200g

P.V.P 2.33


Ver



Nan 1 Otipro 800G

P.V.P 5.66

Ver




Blemil 2 Plus Forte 800gr


P.V.P 4.22


Ver

TOP MARCAS

Aquí tienes nuestra marcas número uno en ventas.








¿Conoces nuestro Blog?


Conoce ya nuestro blog, donde podrás encontrar cada semana nuevos artículos que pueden ayudar a mejorar tu día a día.

#FarmaciaDelRosario




¿Cómo actuar frente a la obesidad?

Ver artículo



Retos de una dieta sana

Ver artículo



Evolución del doctor de cabecera

Ver artículo

Ilustración 51. Home

78

- **Ventana Nosotros:** El usuario se encontrará con una ventana que contendrá una sección sobre la historia que envuelve a esta farmacia. También se puede encontrar una sección donde se busca definir la misión, visión y valores de la farmacia.

Conoce nuestra historia

Situada en la calle Sant Pere Més Baix, 54, donde aún quedan restos de su antiguo esplendor. Esta farmacia estuvo anteriormente ubicada en el barrio de La Ribera, concretamente en lo que hoy es el Parque de la Ciutadella.

Recordemos que Felipe V, después de la Guerra de Secesión, mandó destruir este barrio como represalia por la actitud combativa que habían mantenido los catalanes. Allí hizo construir una ciudadela militar, por lo que desapareció gran parte de La Ribera que daba directamente al mar, fuera de las murallas, y que era una de las zonas más bellas de la antigua Barcelona.

Ahora con una nueva gerencia queremos ofrecerle una gran variedad de productos y servicios adaptados a las necesidades de nuestra población, porque la Farmacia del Rosari es:

Una experiencia de salud innovadora con tradición, desde 1562.

Nuestra Visión

La conversión de todos los sueños, conocimientos y talentos de un equipo coordinado, por un bien social, la satisfacción al logro y la realización personal, en pro de un mundo más humano y ecológicamente responsable, altamente rentable.

Nuestra Misión

Servicio de asistencia farmacéutica integral con excelencia, por la salud de nuestra comunidad, con conciencia social y actitud ecológica, altamente rentable.

Ofrecer un servicio de atención integral, óptimo e innovador que satisfaga las necesidades de la comunidad, con una imagen de tradición Catalana pero con acciones innovadoras con tecnología de punta, que se adapta proactivamente a las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo el más amplio surtido de productos y soluciones de salud, a través un servicio profesional con excelencia y alto contenido ecológico.

Nuestros Valores

<ul style="list-style-type: none"> • Actitud positiva • Pasión por lo que hacemos • Orientación al cliente • Trabajo en equipo • Profesionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Proactividad • Innovación • Competitividad • Honestidad y transparencia • Responsabilidad social
---	--

Ilustración 52. Ventana "Nosotros"

- **Ventana Productos:** El usuario se encontrará todos los productos disponibles en la farmacia. Podrá buscar los productos según la categoría que considere necesaria, incluso podrá acceder a un listado de todas las marcas con las que trabaja la farmacia. El usuario se encontrará un breve resumen de la información de cada producto, pero se habilita una opción de despliegue donde podrá conocer a detalle cada artículo. También tendrá a su disposición un acceso directo a un WhatsApp Business donde podrá realizar directamente su pedido a la farmacia ya que de momento es como ellos desean realizar esta forma de compra.

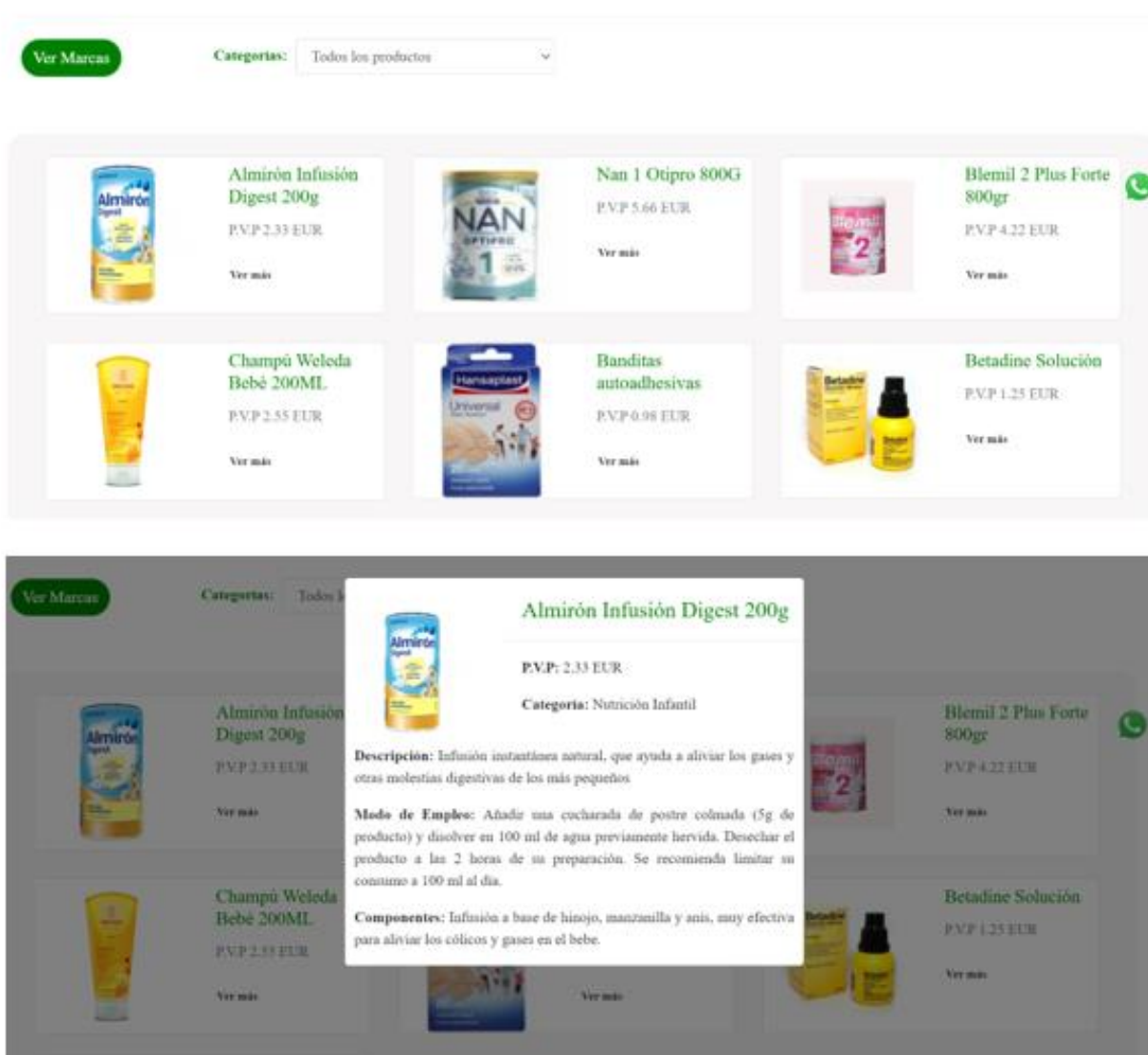


Ilustración 53. Venta de Producto antes y después de desplegar un producto.

- **Ventana Servicios:** El usuario podrá acceder a cualquiera de los servicios ofrecidos por parte de la farmacia. Entre ellos están: Eventos y Charlas, Nutrición, Perforación de oreja, Preparación de Fórmulas. Dentro de cada uno el usuario encontrará toda la información relevante a la funcionalidad y objetivo de cada uno de estos servicios y podrá acceder directamente a realizar la respectiva reserva. Al ser tantos servicios, se deja de ejemplo visual el servicio de Nutrición.

Nutrición



¿Qué es un nutricionista?

Los nutricionistas son responsables de ayudar a las personas a **aumentar su salud física y mental** a través de los alimentos o dietas especiales. Tienen amplios conocimientos sobre nutrición, cómo afecta a las personas y cómo se pueden prevenir o tratar ciertas enfermedades.

En **Farmacia Del Rosari** contamos con una nutricionista capacitada para poder ayudarte a vivir una vida y unos hábitos muchos más saludables.

¿Por qué ir a un nutricionista?

El motivo más común que lleva a solicitar cita de dietista nutricionista es **perder peso**. Adelgazar de forma rápida y segura es posible. Y para conseguirlo lo mejor es tener la guía, orientación y pautas marcadas por un **profesional** de la nutrición. Se trata de seguir dietas individualizadas. Pues cada persona tiene unas necesidades nutricionales particulares, en virtud de la actividad física que desarrolle o de sus funciones a lo largo del día.

En la consulta del dietista nutricionista se realiza un estudio previo a cada persona estableciendo su índice de masa corporal y otros valores antropométricos. Además se considera su edad y la actividad que desarrolla. Patrones con los que se elabora dietas conducentes a **perder peso, ganar masa muscular, mejorar el rendimiento físico, tratamientos terapéuticos, etcétera.**



¿Qué te ofrecemos?

En **Farmacia Del Rosari** te ofrecemos:

Opción 1: Estudio de caso + asignación de dieta + 1 visita **mensual** para seguimiento.

Precio: 40 EUR/sesión

Opción 2: Estudio de caso + asignación de dieta y ejercicios + 1 visita **mensual** para seguimiento.

Precio: 45 EUR/sesión

Opción 3: Estudio de caso + asignación de dieta y ejercicios + 1 visita **quincenal** para seguimiento.

Precio: 50 EUR/sesión

Horario de atención:

De Lunes a Sábado de 11:00h a 17:00h

[Hacer una reserva](#)

¿Tienes dudas? [Consúltalo con nosotros](#)

[Contactar](#)

Ilustración 54. Ventana Servicios-Nutrición.

- **Ventana Blog:** El usuario se encontrará con una serie de artículos y blogs subidos por los encargados de la farmacia. De esta forma, la farmacia busca poder prestar esta sección como un apartado informativo que pueda ayudar a los usuarios en algún problema o duda relacionado con los tópicos que se tocan.



Ilustración 55 Ventana de Blogs

- **Ventana Contáctanos:** El usuario podrá escoger entre Contactar o realizar una Reserva. En caso de querer simplemente contactar con la farmacia, deberá introducir sus datos personales y aceptar la política de privacidad impuesta por Farmacia Del Rosari.

Reservar Contactar

Contactar

Nombre y Apellido

Correo electrónico

Teléfono

Mensaje

☐ Acepto la política de privacidad

Enviar

Encuétranos

Teléfono: +34-666-12-85-88

Correo: farmaciatorres@gmail.es

Dirección: Calle Emprius 2, 08202 Sabadell, Barcelona




Ilustración 56. Ventana Contacto

En caso de querer hacer una reserva, también deberá introducir sus datos de contacto, seleccionar la reserva a hacer y la fecha y hora que considere apta para ello, y aceptar la política de privacidad. En ambas ventanas encontrará los datos de Farmacia Del Rosari y un acceso directo a Google Maps en caso de querer localizarla mediante la app.

[Reservar](#) [Contactar](#)

Hacer una reserva

Nombre y Apellido

Correo electrónico

Teléfono

Asunto

Fecha y Hora a reservar

Comentarios

☐ Acepto la política de privacidad

Enviar

Encuétranos

Teléfono: +34-666-12-85-88

Correo: farmaciatorres@gmail.es

Dirección: Calle Emprius 2, 08202 Sabadell, Barcelona




Ilustración 57. Ventana Reserva

- ◁ **Desarrollo web (vista de administrador/a):** esta es la web de la que dispondrá el administrador o administradora, donde podrá realizar las siguientes tareas:
- **Login:** El administrador/a deberá iniciar sesión utilizando su usuario y contraseña. El sistema indicará si se ha hecho correctamente o no.



Usuario

Contraseña

Acceder

Ilustración 58. Login Administrativo

- **Home:** En esta venta el administrador/a podrá gestionar las funciones a realizar. Podrá manejar toda el área de productos, eventos, blogs, reservas y verificar los contactos realizados por usuarios.

Salir



¿Qué deseas hacer?

Ir al catálogo

Ir a las categorías

Ir a los eventos

Ir al blog

Ver clientes

Ver reservas

Ilustración 59. Ventana Home Administrativa

- **Sección Catálogo:** En ella el administrador/a podrá gestionar el catálogo publicado en la web principal. Podrá añadir, eliminar y editar todos los productos que desee utilizando los botones dedicados a ello.

[Volver](#)

Productos [Añadir](#)

Nombre	Categoría	Precio	Descripción	Componente	Uso	Imagen	Herramientas
Almiron Infusión Digest 200g	Nutrición Infantil	2.33 €	Infusión instantánea natural, que ayuda a aliviar los gases y otras molestias digestivas de los más pequeños	Infusión a base de hinojo, manzanilla y anís, muy efectiva para aliviar los cólicos y gases en el bebé.	Añadir una cucharada de postre colmada (5g de producto) y disolver en 100 ml de agua previamente hervida. Desechar el producto a las 2 horas de su preparación. Se recomienda limitar su consumo a 100 ml al día.		 

Ilustración 60. Ventana de gestión de productos

- **Sección Blog:** En ella el administrador/a podrá gestionar los posts publicados en la web principal. Podrá añadir, eliminar y editar todos los posts que desee utilizando los botones dedicados a ello.

[Volver](#)

Eventos [Añadir](#)

Nombre	Categoría	Precio	Descripción	Imagen	Herramientas
Charla del veganismo	12/10/2021	14:00h	se trata sobre el veganismo hoy en día		 

Ilustración 61. Ventana de gestión de eventos

- **Sección Eventos:** En ella el administrador/a podrá gestionar los eventos publicados en la web principal. Podrá añadir, eliminar y editar todos los eventos que desee utilizando los botones dedicados a ello.

[Volver](#)

Blogs [Añadir](#)

Título	Autor	Cuerpo	Imagen	Herramientas
¿Cómo actuar frente a la obesidad?	Jose Torres Molina	Usted debe promover un aumento de la actividad física para aumentar el consumo de energía del cuerpo. Además, evitar el sedentarismo e incitar al niño a jugar al aire libre es beneficioso para su salud en general. También Modificar los menús que ofrecemos al niño. Evitar alimentos ricos en azúcares, como los zumos industriales, las galletas o la bollería, sustituyéndolos por fruta, pan o bocadillos tradicionales. Evitar también incorporar grasas extra al alimento,		 

Ilustración 62. Ventana de gestión del blog

- **Sección Categorías:** En ella el administrador/a podrá gestionar las categorías para cada uno de los productos que dispone del catálogo. Podrá añadir, editar y eliminar todas las categorías que desee utilizando los botones dedicados a ello.

[Volver](#)







Categorías		Añadir
Categoría	Herramientas	
Infantil	 	
Lociones	 	
Naturista	 	

Ilustración 63. Ventana de gestión de categorías

- **Sección Clientes:** En ella el administrador/a podrá visualizar todos los clientes que hayan escrito a la farmacia para contactar.

[Volver](#)

Clientes			
Nombre y Apellido	Correo	Teléfono	Comentario
Jose Lopez	jose@gmail.es	670885599	
Juan Torres	juanca@gmail.com	+34-670226655	Gran servicio!
Manel	manel12@gmail.es	+34-612554125	

Ilustración 64. Ventana de visualización de clientes que han contactado.

- **Sección Reservas:** En ella el administrador/a podrá visualizar todos los clientes que hayan escrito a la farmacia para una reserva.

[Volver](#)

Reservas						
Nombre y Apellido	Correo	Teléfono	Evento reservado	Fecha	Hora	Comentario
Miguel López	migue08@hotmail.com	699884455	Nutrición	12/05/2020	12:00	Ningun comentario
Manuel Fernández	manuel1222@gmail.es	+34-698552233	Nutrición	03/05/2021	17:34	Soy diabético, por lo que requiero una dieta especial.

Ilustración 65. Ventana de visualización de reservas hechas.

- **Agregar/Editar:** esta ventana se encuentra en cada una de las secciones explicadas anteriormente y está configurada para cada uno de los casos. Es decir, la ventana actuará en función de si se desea agregar o editar un producto, un post, una categoría de producto o un evento. En este caso se presenta de ejemplo la ventana de agregar o editar un producto. Si el usuario introduce los datos correctamente, las celdas se pintarán de color negro y al presionar el botón de Añadir, el sistema dará un mensaje de éxito. En caso de que algo vaya mal, se le indicará al usuario que existe un problema y por ende no se cargará la información.

Volver

Agregar producto

Nombre del Producto

Categoría

Precio (con I.V.A)

Descripción del Producto

Componentes del Producto

Modo de Empleo del Producto

Imagen (añadir nombre de la imagen Ej:mascarilla.png)

Añadir

Ilustración 66. Ventana de añadir/editar

- **Eliminar:** esta ventana emergente se activará en caso de querer eliminar un producto, un post, una categoría de producto o un evento en cada una de las secciones explicadas anteriormente. En este caso se presenta de ejemplo la ventana de eliminar un producto. Si el usuario está seguro de que quiere borrar el producto debe hacer la confirmación. Hasta que no se haga, el producto no se eliminará del registro.



Ilustración 67. Ventana de confirmación para eliminar.

< Desarrollo de marketing:

- **Logotipo:**



Ilustración 68. Logotipo

- **Tarjeta de Presentación:** Se ha realizado una tarjeta a doble cara. En ella se encuentra el logotipo desarrollado, el horario de actividad laboral, datos de contacto y ubicación de la farmacia.



Ilustración 69. Tarjeta de presentación

- **Flyers:** Con esto se busca publicitar, en este caso, una charla que se dará en la farmacia. Esto permite que la información se difunda de forma más rápida atrayendo así a posibles nuevos clientes. Los flyers a desarrollar serán siempre elaborados con el objetivo de publicitar eventos o servicios ofrecidos.



Ilustración 70. Flyer sobre evento.

- **Redes Sociales:** Se han creado cuentas oficiales de la farmacia en redes como Instagram, Twitter y Facebook. También se ha creado un punto de contacto mediante GMAIL y WhatsApp Business. Este último funcionará sobre todo para gestionar alguna compra de productos por petición explícita del cliente.

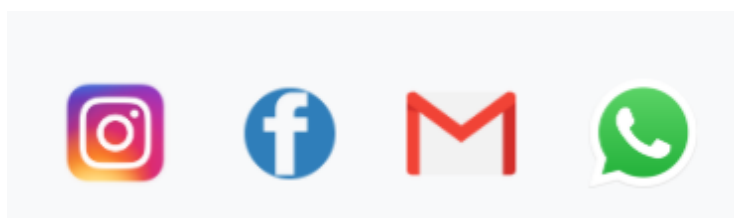


Ilustración 71. Redes Sociales utilizadas.

- **Publicidad Redes Sociales/ Publicidad Web:** Esta se desarrolla con la intención de lograr una difusión mucho más rápida que con medios tradicionales como el caso del flyers. Al buscar el impulso digital para la farmacia, también se busca incluir estas actividades. Se presenta un ejemplo de un posible post de Instagram referente a una promoción de productos infantiles.



Ilustración 72. Publicidad de productos en redes.

- **Cupones:** Estos cupones tienen la finalidad de impulsar al usuario a realizar compras dentro de la farmacia. Se presenta un ejemplo de un cupón de descuento para productos.



Ilustración 73. Cupón de 10% de descuento.

- **Muñeca:** Esta muñeca tiene la finalidad de buscar la atención de posibles nuevos usuarios. La idea surge de la proximidad que tiene la farmacia con un colegio, por lo que los niños se sentirán atraídos a verla, y esto trae consigo la atención de los representantes, quienes pueden ser nuevos clientes potenciales. Esta muñeca se ha diseñado junto con unos outfits para ser vestida según la época del año o la ocasión que lo amerite.



Ilustración 74. Modelo de muñeca

14.6. Conclusiones

A fecha de entregar esta redacción, JSolution ha logrado realizar el 100% de los objetivos planteados tanto para el desarrollo web como para el desarrollo de marketing. El desarrollo de este proyecto ha consumido un total de 225 horas de trabajo, lo que supondría un ingreso para JSolution de 3.000 euros. En este caso, el proyecto ha sido de coste 0 para la farmacia ya que se ha decidido utilizar este proyecto como proyecto piloto para la empresa, y además es un aporte que se decide hacer para apoyar a un sector tan importante y necesario hoy en día como lo es el sector de la salud.

Farmacia Del Rosari ha quedado muy contenta con los resultados presentados y consideran que puede generarles unos grandes resultados. Incluso ya ha solicitado el apoyo de JSolution para llevar el mantenimiento del proyecto realizado y empezar a planificar su próximo gran proyecto: el impulso de la farmacia como punto turístico de la ciudad de Barcelona. Se desea contar con la ayuda de la empresa para el desarrollo de marketing de esta gran campaña con la que esperan atraer muchos más clientes, repotenciar la vida del barrio, y darle el lugar que se

merece a esta farmacia tan antigua e importante para la ciudad. JSolution ha aceptado encantado la oferta de poder seguir dando apoyo a Farmacia Del Rosari.

A continuación, se presenta un escrito desarrollado por parte del cliente, donde resume toda la relación y su nivel de satisfacción con el trabajo hecho por parte de la empresa.

A quien pueda interesar:

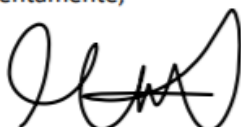
Reciba un cordial saludo. A través de esta carta deseo comunicar que los servicios prestados por la empresa **JSolution** han sido de gran utilidad para el crecimiento de esta empresa. La atención recibida por **Juan Carlos Rodriguez** ha sido excelente, muy profesional y cercana, esto nos ha ayudado mucho a proyectar mejor nuestros deseos para este gran proyecto.

La comunicación ha sido excelente por su parte y nos ha ayudado a redefinir mejor nuestros objetivos e ideales. Puedo decir con total seguridad que estamos totalmente satisfechos y encantados por como se ha llevado las reuniones, las entregas parciales tanto de la página web como del apartado de marketing, y con el resultado final que se nos ha entregado en el tiempo estimado. Estamos seguros de que el resultado de su implementación será muy beneficioso para nosotros.

Sobretudo, queremos agradecer la buena voluntad de la empresa por realizar este proyecto sin ningún intercambio monetario, ya que este proyecto hubiese supuesto un gran desembolso para nosotros y posiblemente hubiese limitado nuestro deseo de llevarlo a cabo.

Sin más que decir, espero que esta opinión sea tomada en cuenta para la buena valoración de **JSolution**.

Atentamente,



Mónica Gutiérrez

Ilustración 5. Carta hecha por parte de la dueña de Farmacia Del Rosari.

15 CONCLUSIONES

Los estudios y análisis realizados en este proyecto demuestran que JSolution es una empresa que puede sostenerse y puede considerarse fuerte en cuanto a su estabilidad e impacto dentro del mercado. A nivel económico se ha demostrado que es una empresa que puede sostenerse sin necesidad de una gran inversión y que los beneficios obtenidos en cualquiera de los escenarios son positivos, esto es favorable a la hora de buscar inversionistas ya que no han de aportar mucho capital y podrán recuperar rápidamente la inversión realizada.

El hecho de implementar esta idea en esta época de pandemia genera un mayor atractivo ya que ahora más que nunca es necesario que los pequeños y medios negocios se adapten al mundo tecnológico en el que nos encontramos para poder sobrevivir. Si es cierto que esta empresa hubiese podido generar un mayor impacto si se hubiese implementado al inicio o incluso antes de que la pandemia azotara a nuestro país. Aun así, es una idea que a día de hoy puede generar grandes beneficios y puede ayudar a salvar a muchos negocios, por lo que su implementación en este momento seguiría generando gran impacto y una buena respuesta.

Aunque exista una gran competencia hoy en día en el mundo del marketing y el desarrollo web, JSolution es de las pocas que presentan un factor diferenciador: la integración de ambos mundos en una única empresa enfocada a la PyMes. Esto ayuda a que su entrada al mercado sea mucho más fuerte y que pueda abarcar a una gran cantidad de clientes que estos grandes competidores no suelen tener en cuenta, y generar grandes resultados que nos ayuden a competir frente a ellos.

Considero que el riesgo de implementar esta empresa actualmente es bajo teniendo en cuenta el hecho de que la sociedad en la que vivimos necesita este tipo de alternativas en su día a día. Cada vez somos más dependientes de la tecnología y cada vez somos más atraídos a tomar decisiones por una buena publicidad o una gran estrategia de marketing. El poder combinar ambas partes y juntarlas en una única empresa, es un gran valor añadido que caracteriza a JSolution y que beneficia enormemente a sus clientes generándoles grandes resultados, lo cual repercute directamente en los grandes resultados que puede presentar JSolution.

Finalmente, el haber podido fundamentar todas las ideas, análisis, estudios y demás partes presentadas en el proyecto en un caso real, demuestran que la idea de JSolution es viable y que puede generar grandes resultados. Farmacia Del Rosari ha quedado gratamente satisfechos con todas las implementaciones y desarrollos realizado, esto también sirve para darnos cuenta de cómo las tecnologías siguen siendo lejanas para algunos y demandadas por todos y para todo.

16 LECCIONES APRENDIDAS

Considero que durante la realización de este trabajo he aprendido muchísimas cosas en muchos ámbitos. A nivel teórico, me ha resultado muy interesante el desarrollo de este trabajo ya que he podido emplear y poner en práctica una gran cantidad de conocimientos adquiridos durante la carrera y otras formaciones educativas externas a esta. Entre las asignaturas que considero que más he podido implementar están: Contabilidad, Introducción a la Resolución de Problemas y Diseño de Algoritmos, Bases de Datos, Gestión por Procesos, Dirección Estratégica de la Empresa, Marketing, Introducción a la Gestión de Innovación, Proyectos de Innovación Tecnológica, y Tecnología Web. También el haber descubierto nuevas herramientas de trabajo, e incluso perfeccionar el uso de otras, me parece un punto a resaltar ya que considero que me será bastante útil de cara a mi futuro laboral.

El haber podido adentrarme en el mundo de las PyMes me ha enseñado que es un sector bastante golpeado por las grandes corporaciones y que debemos apoyarles para que puedan seguir en pie, ya de que ello depende el día a día de miles de personas en nuestro país. Considero que he mejorado mucho mis conocimientos en cuanto a desarrollo de web, ya que he tenido que aprender varios lenguajes nuevos de programación para cumplir así el objetivo de que todo lo que se ha presentado a nivel web sea 100% elaborado por mí, sin tener que utilizar modelos bases ni plantillas predefinidas.

A nivel del desarrollo práctico he aprendido muchísimo sobre el sector farmacéutico, algo que no creía posible que sucediese mientras cursara la carrera. Esto me ha hecho darme cuenta de que debemos estar preparados para afrontar nuevos campos, aunque sean muy distintos para los que nos hemos preparado previamente en nuestra formación educativa. Considero que mi decisión de haber escogido una farmacia como cliente piloto para la implementación de mis ideas desarrolladas en este trabajo ha sido arriesgada. Este es un sector bastante delicado y lleno de muchas pautas, pero, el hecho de poder ayudar a un sector tan importante como el de la salud, es lo que me ha motivado a poder realizar todo el trabajo presentado, más aún en plena época de pandemia.

Otra de las cosas que me han servido mucho es haber tenido la oportunidad de tener un cliente real, entender sus necesidades, darle una forma a nivel de diseño y a nivel tecnológico que encaje con lo que desea, etc. Esto me ha permitido darme cuenta del gran trabajo que supone para las grandes empresas que tratan con cientos de casos similares en su día a día.

Realizar este trabajo durante una época tan dura como la que estamos viviendo actualmente, me ha ayudado a reforzar la idea de que la tecnología debe estar presente en todos los ámbitos posibles, ya que pueden ser la solución a los problemas del día de mañana. Si se hubiese tenido esta cultura de un canal digital, sin contacto y seguro donde los usuarios pudiesen seguir comprando en estos pequeños y medianos negocios, el impacto para todos ellos hubiese sido bastante menor.

El haber podido ayudar a Farmacia Del Rosari con este proyecto me llena de mucho orgullo y satisfacción ya que puedo ver como realmente estos conocimientos y habilidades adquiridas con el paso del tiempo pueden ser implementados y ser beneficiosos para la sociedad. Con la implementación tecnológica y de marketing realizada, espero poder mejorar mucho el potencial de la farmacia y a su vez poder ayudar a las personas a tener el sector de salud un poco más al alcance de todos sin importar distancias o alguna otra barrera que antes de esta implementación pudiese existir.

Para finalizar, me gustaría recalcar la idea de que proyectos como este deberían ser fomentados y desarrollados por otras personas alrededor del mundo ya que en pleno siglo 21, un mundo digital está al alcance de todos y siempre será beneficioso para todos.