



CHAPINSOFT



Resumen Ejecutivo

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos.....	2
3. Introducción.....	3
Elementos de la Estrategia.....	4
1. Investigación y Análisis del Mercado:.....	4
2. Definición de Estrategia:.....	7
Insight principal:.....	7
Propuesta 4D:.....	7
Desafío:.....	7
Descubrimiento:.....	7
Diseño:.....	8
Despliegue:.....	8
Análisis del Entorno:.....	9
1. VUCA Framework:.....	9
2. Porter's Diamond Model:.....	11
3. PEST Analysis:.....	13
Factores Políticos:.....	13
Factores Económicos:.....	13
Factores Sociales:.....	13
Factores Tecnológicos:.....	14
4. Porter Five Forces:.....	15
Impacto del análisis de las cinco fuerzas de Porter en la estrategia.....	16
Oportunidades:.....	16
Amenazas:.....	16
Recomendaciones:.....	17
5. SWOT Analysis.....	17
6. TOWS Matrix.....	18
7. SOAR Analysis.....	18
8. Mapeo TICS.....	19
8. Planificación del proyecto.....	20
Sprint 1.....	21
Sprint 2.....	21
Arquitectura de información.....	22
Landing Page.....	23
Observaciones.....	25
Conclusiones.....	25
Bibliografía.....	25

3. Introducción

El presente informe presenta una estrategia efectiva de entrada al mercado digital para tener la atención de los clientes.

La estrategia tiene como base La presencia solida de canales sociales de los cuales ayuda a interactuar con los clientes y generar leads. "ChapinSoft" debe implementar una estrategia de marketing relevante para el público objetivo. El contenido es esencial para atraer y retener a los clientes en el mercado digital, la empresa debe poner en practica estrategias de contenido que sea informativa y atractiva,

La estrategia esta dirigida a los clientes potenciales adecuados. Para ello, se segmenta el mercado en grupos con características y necesidades similares. Nuestra estrategia optimiza la experiencia del cliente desde su primera interacción con la marca hasta la conversión final. Esto implica identificar los puntos de contacto clave y las etapas del proceso de toma de decisiones.

Se evalua de manera regular para garantizar su eficacia. Para ello, es se utilizan indicadores de rendimiento clave y tener claro los puntos de contacto clave y las etapas del proceso de toma de decisiones.

Como expertos en transformación digital y tecnologías de la información y comunicación (TIC), se nos encomienda la tarea de elaborar una estrategia integral que permita a "ChapinSoft" expandir su presencia digital y lograr el éxito en línea con sus servicios existentes. La empresa tiene la visión de vender software en forma de productos preconstruidos relacionados con sus servicios de ERP, desarrollo web y desarrollo de aplicaciones móviles.

Elementos de la Estrategia

1. Investigación y Análisis del Mercado:

Para el analisis cualitativo sobre los competidores se han encontrado en la investigacion los siguientes competidores.

Competidor	Enlace	Tipos de Productos	Precios	Ideas para copiar
Coderland	https://www.coderland.com	Aplicaciones web Aplicaciones desktops Apps Android / iOS Aplicaciones híbridas E-Commerce Páginas Web Apis, microservicios Jira Atlassian Consulting Fintech Integrations DevOps Consulting		RPA BOTS
Cynoteck	https://cynoteck.com/es/ecommerce-development-services/	implementaciones de Adobe Sign y Magento soluciones de marketing digital de su clase a empresas globales.	\$300 USD/compañy/month	Implementar CTK Email Parser es una solución segura y adaptable, que agiliza el procesamiento de correo electrónico para una mayor eficiencia y respuestas más rápidas
CYBERNECS	http://cybernecs.com	Web Marketing Site E-commerce Création de sites Web & Applications Mobiles	199€/Mois	Idea de aplicar como tutorias para FACEBOOK & INSTAGRAM ADS
Sana	www.sana-commerce.com	Real-time data and integration Catalog management Product variants Bill of materials (BOM) support Product groups	\$500 USD/compañy/month	Creacion de presupuestos inteligentes en tiempo real

MC-Sistemas	https://www.odoo.com/es_ES/partners/mc-sistemas-1028173?country_id=88	asesoría para facilitarles la implementación de aplicaciones empresariales como Odoo	\$100 USD	
SmartBitERP	https://smartbiterp.com/gt/	Registro de técnicos Solicitud de repuestos Solicitud de suministros Enlaces contables Facturación Control de equipos en garantía Reportes Historial de servicios por equipo Consulta general de servicios Cuentas por cobrar		Idea del eCommerce que se sincroniza de forma programada con su base de datos cargando en minutos toda la información de sus producto
Odoo ERP Guatemala	https://www.inteligos.gt/es_GT/blog/odoo-consejos-y-trucos-3/odoo-erp-guatemala-7	Módulo de facturación Módulo de e-commerce Módulo CRM Módulo para suscripciones	para un contrato de pago anual, el precio por usuario se encuentra en USD \$6 mensualmente	El CRM ayuda a las empresas a gestionar las relaciones con sus clientes, desde el contacto inicial hasta la venta y el servicio postventa.
XETECHS S.A.	https://www.odoo.com/es_ES/partners/xetechs-s-a-1252736?country_id=88	Respond.io Omnichannel Chatbot The chatbot, IP PBX, and email hosting solutions	Estándar 120 dólares por año	Aplicar Odoo add-ons y Omnichannel Chatbot services en nuestros servicios.
IntegraTec	https://www.odoo.com/es_ES/partners/integra-t	integración de tecnologías de software ERP (Enterprise Resource	Pequeña empresa 10-20 usuarios	Integrar Business Intelligence.

	ec-s-a-825088?country_id=88	<p>Planning) y BI (Business Intelligence) Software comercial ERP Odoo (Enterprise Resource Planning)</p> <p>Servicios de consultoría de implementación.</p> <p>Servicios de consultoría para desarrollo de adecuaciones y adiciones (Ads-Ons) al ERP.</p> <p>Servicios de soporte local y resolución de problemas.</p> <p>Servicios de consultoría para rediseño de procesos de negocio.</p> <p>Software para BI (Business Intelligence).</p> <p>Servicios de consultoría de implementación.</p> <p>Servicios de consultoría para desarrollo de informes e indicadores de gestión.</p> <p>Servicios de consultoría para desarrollo de plataformas de data warehouse.</p>	<p>5.000-10.000 dólares</p>	
--	---	--	-----------------------------	--

Pitaya Tech	https://www.odoo.com/es_ES/partners/pitaya-tech-1843982?country_id=88	soluciones de Marketing Digital Pitaya Signage y Pitaya INK Manejo de Redes Sociales Videos Podrá elegir entre: Blackboard	El precio de los costes de mantenimiento suele oscilar entre los 2.500 y los 25.000 dólares al año	implementación de Odoo como servicios.
-------------	---	--	--	--

2. Definición de Estrategia:

Insight principal:

Los competidores de ChapinSoft en el mercado guatemalteco del comercio electrónico se centran principalmente en la venta de productos y servicios físicos. Esto deja un espacio significativo para un proveedor que ofrezca soluciones de comercio electrónico que estén integradas con servicios de ERP, desarrollo web y desarrollo de aplicaciones móviles.

Propuesta 4D:

Desafío:

ChapinSoft se enfrenta al desafío de incursionar de manera efectiva en el mercado del comercio electrónico guatemalteco. La empresa busca vender software en forma de productos preconstruidos, relacionados con sus servicios de ERP, desarrollo web y desarrollo de aplicaciones móviles.

Puede diferenciarse de sus competidores ofreciendo soluciones de comercio electrónico que estén integradas con sus servicios existentes. Esto permitirá a las empresas guatemaltecas aprovechar las ventajas de las tecnologías digitales para mejorar su gestión empresarial y ampliar su alcance a nuevos mercados.

Descubrimiento:

A través de la investigación de los competidores, se identificó que los principales competidores de ChapinSoft se centran principalmente en la venta de productos y servicios físicos. Esto deja un espacio significativo para un proveedor que ofrezca

soluciones de comercio electrónico que estén integradas con servicios de ERP, desarrollo web y desarrollo de aplicaciones móviles.

1. **Análisis de Mercado:** Identificar segmentos de mercado específicos y nichos que se beneficiarían de las soluciones de software de "ChapinSoft", como empresas en crecimiento, startups o aquellas que buscan mejorar la eficiencia operativa.
2. **Investigación Competitiva:** Estudiar a los competidores en el espacio de e-commerce para comprender sus fortalezas y debilidades, así como para identificar oportunidades no aprovechadas.
3. **Perfil del Cliente Ideal:** Crear perfiles detallados de los clientes ideales que se beneficiarían de las soluciones de "ChapinSoft", incluyendo sus necesidades, deseos y desafíos específicos.

Diseño:

ChapinSoft puede acelerar la digitalización de la economía guatemalteca mediante la oferta de soluciones de comercio electrónico que sean compatibles con las últimas tendencias tecnológicas. Esto se puede hacer mediante la adopción de tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la realidad virtual.

1. **Desarrollo de Productos Preconstruidos:** Diseñar productos preconstruidos basados en las áreas de expertise de "ChapinSoft", como soluciones de ERP, desarrollo web y aplicaciones móviles. Estos productos deben ser escalables, personalizables y fáciles de implementar.
2. **Experiencia del Cliente:** Crear una experiencia de usuario excepcional en la plataforma de e-commerce, centrándose en la usabilidad, la seguridad y la atención al cliente.
3. **Marketing y Promoción:** Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya la promoción de los productos preconstruidos a través de redes sociales, publicidad en línea y marketing de contenidos.

Despliegue:

Para implementar esta estrategia, ChapinSoft debe realizar los siguientes pasos:

- Desarrollar una plataforma de comercio electrónico que esté integrada con sus servicios existentes.
- Lanzar una campaña de marketing para promover su plataforma de comercio electrónico.
- Ofrecer soluciones de comercio electrónico asequibles y fáciles de usar.
- Adoptar tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la realidad virtual.

Impacto esperado:

Esta estrategia permitirá a ChapinSoft incursionar de manera efectiva en el mercado del comercio electrónico guatemalteco y expandir su presencia digital. Esto conducirá a un aumento de las ventas, la rentabilidad y la participación de mercado.

Recomendaciones adicionales:

ChapinSoft debe realizar un análisis de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los clientes guatemaltecos. Esto le permitirá desarrollar soluciones de comercio electrónico que sean relevantes para el mercado local.

Además, ChapinSoft debe establecer alianzas con otras empresas para ofrecer soluciones de comercio electrónico integrales. Esto le permitirá aprovechar las fortalezas de otras empresas y ofrecer una oferta más amplia a sus clientes.

Análisis del Entorno:

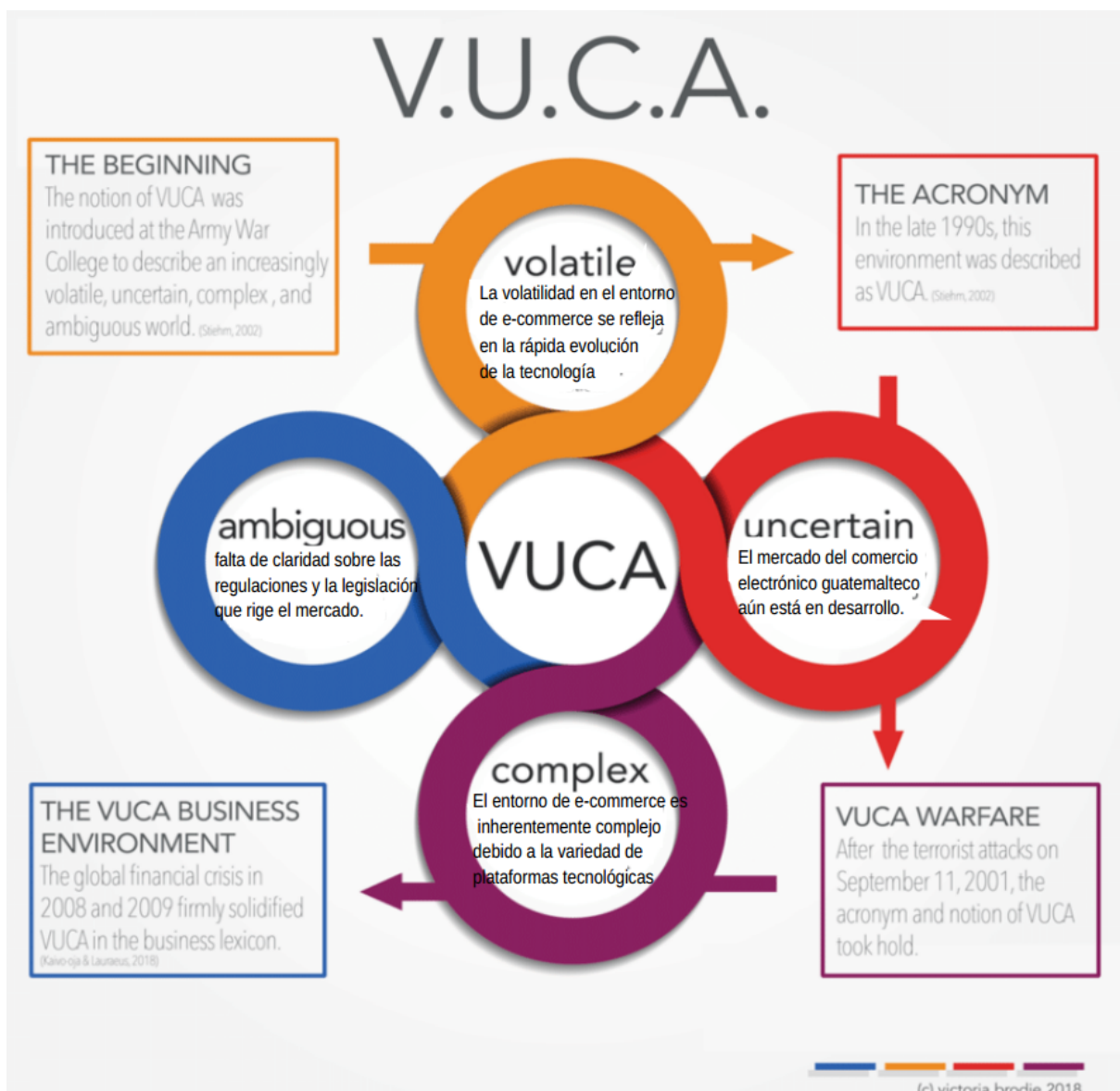
Se ejecutaron los siguientes planes: VUCA Framework, Porter's Diamond Model, PEST, Porter Five Forces, SWOT, TOWS, SOAR para entender el entorno de lanzamiento de la plataforma.

1. VUCA Framework:

- **Volatilidad:** La volatilidad en el entorno de e-commerce se refleja en la rápida evolución de la tecnología, las tendencias cambiantes del consumidor y la intensa competencia. Es importante para "ChapinSoft" estar preparada para adaptarse rápidamente a cambios en la demanda del mercado y en la tecnología subyacente. El mercado del comercio electrónico guatemalteco está experimentando un crecimiento rápido y constante. Esto se debe a una serie de factores, como el aumento de la penetración de Internet, el uso de dispositivos móviles y la adopción de nuevas tecnologías.
- **Incertidumbre:** El mercado del comercio electrónico guatemalteco aún está en desarrollo. Esto significa que hay una gran incertidumbre sobre el futuro del mercado y las tendencias que lo definirán, eventos económicos globales,

y posibles interrupciones en la cadena de suministro. La empresa debe contar con planes de contingencia para abordar estas incertidumbres.

- **Complejidad:** El mercado del comercio electrónico guatemalteco es complejo. Esto se debe a la participación de una amplia gama de actores, incluidos proveedores de plataformas, vendedores, compradores, bancos, empresas de logística y otros. El entorno de e-commerce es inherentemente complejo debido a la variedad de plataformas tecnológicas, la gestión de datos y la logística de entrega. "ChapinSoft" deberá gestionar esta complejidad optimizando sus operaciones y garantizando una experiencia de usuario fluida.
- **Ambigüedad:** El mercado del comercio electrónico guatemalteco es ambiguo. Esto se debe a la falta de claridad sobre las regulaciones y la legislación que rige el mercado. En el mundo del e-commerce, la ambigüedad puede surgir de la interpretación de datos de clientes o de la evaluación de resultados de marketing. "ChapinSoft" debe ser capaz de tomar decisiones informadas en medio de esta ambigüedad.

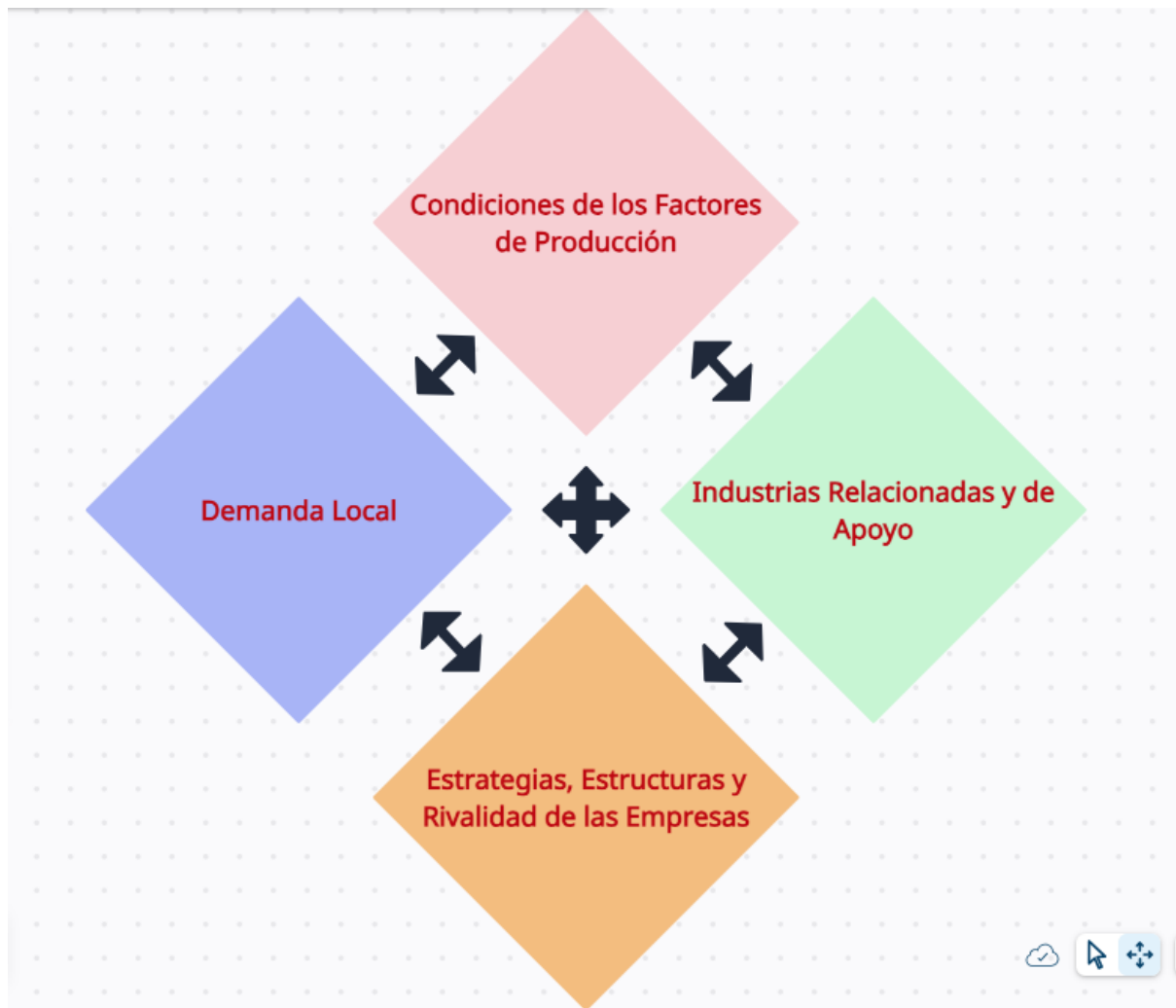


2. Porter's Diamond Model:

"ChapinSoft" tiene una base sólida para incursionar en el mercado de e-commerce en Guatemala. El crecimiento de la demanda local, la disponibilidad de talento tecnológico y la colaboración con industrias relacionadas son fortalezas que pueden aprovecharse, pero debe de enfrentarse a las problemáticas de entrada.

Por ello se se analizan los componentes clave del modelo aplicados a la incursión de "ChapinSoft" en el mercado de comercio electrónico (e-commerce):

1. **Condiciones de los Factores de Producción:** En este contexto, los factores de producción incluyen la disponibilidad de talento tecnológico, infraestructura de TI y acceso a recursos financieros. Guatemala, como país, puede ofrecer una base de talento en tecnología, pero es importante que "ChapinSoft" cuente con la capacitación y los recursos necesarios para desarrollar productos de e-commerce de alta calidad.
2. **Demanda Local:** La demanda local en Guatemala para soluciones de e-commerce está en crecimiento debido a la digitalización acelerada y la preferencia por las compras en línea. Esto representa una oportunidad para "ChapinSoft" para atender a un mercado local en expansión y satisfacer las necesidades de las empresas que buscan una presencia en línea.
3. **Industrias Relacionadas y de Apoyo:** La presencia de industrias relacionadas, como servicios de logística y pagos en línea, es esencial para el éxito en el e-commerce. "ChapinSoft" deberá establecer colaboraciones estratégicas con empresas de logística y servicios financieros para garantizar una experiencia de compra sin problemas.
4. **Estrategias, Estructuras y Rivalidad de las Empresas:** En este aspecto, "ChapinSoft" debe analizar a sus competidores en el mercado de e-commerce. Identificar las estrategias de la competencia y evaluar su nivel de rivalidad es crucial para desarrollar una estrategia efectiva. Además, es importante considerar la estructura de precios y las barreras de entrada en el mercado.



Básicamente, el Porter's Diamond Model tiene un impacto significativo en la estrategia de ChapinSoft para incursionar en el mercado del comercio electrónico guatemalteco. La empresa debe tener en cuenta los factores del modelo para poder identificar las fortalezas y debilidades competitivas y desarrollar una estrategia que aproveche las oportunidades y mitigar las amenazas.

En base al análisis del Porter's Diamond Model, se recomiendan las siguientes acciones para ChapinSoft:

- Enfocarse en los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento.
- Formar alianzas con empresas de las industrias relacionadas.
- Invertir en innovación para mantenerse a la vanguardia de la competencia.

3. PEST Analysis:

Factores Políticos:

- Proyecciones económicas positivas: El gobierno de Guatemala tiene proyecciones económicas positivas para los próximos años, lo que podría conducir a un aumento del poder adquisitivo de los consumidores.
- Regulación y Legislación: "ChapinSoft" debe estar al tanto de las regulaciones gubernamentales relacionadas con el comercio electrónico, la protección de datos y los impuestos en Guatemala. Cambios en la legislación pueden impactar las operaciones y los costos.
- Estabilidad Política: La estabilidad política es esencial para un entorno empresarial seguro. Cualquier inestabilidad política podría afectar negativamente la inversión y la confianza del consumidor.
- Regulación del comercio electrónico: El gobierno de Guatemala está trabajando en la regulación del comercio electrónico, lo que podría crear un entorno más seguro y predecible para las empresas.

Factores Económicos:

- Crecimiento del PIB: Se espera que el crecimiento del PIB se desaceleró a 3,2 por ciento en 2023. El PIB de Guatemala está creciendo a un ritmo constante, lo que podría generar más oportunidades para el comercio electrónico.
- Tasa de Crecimiento Económico: Un crecimiento económico sostenido en Guatemala puede aumentar la disposición de las empresas a invertir en soluciones de e-commerce.
- Tendencias de Ingresos del Consumidor: El poder adquisitivo de los consumidores es crucial para el éxito del comercio electrónico. Las fluctuaciones en los ingresos pueden influir en la demanda de productos y servicios en línea.

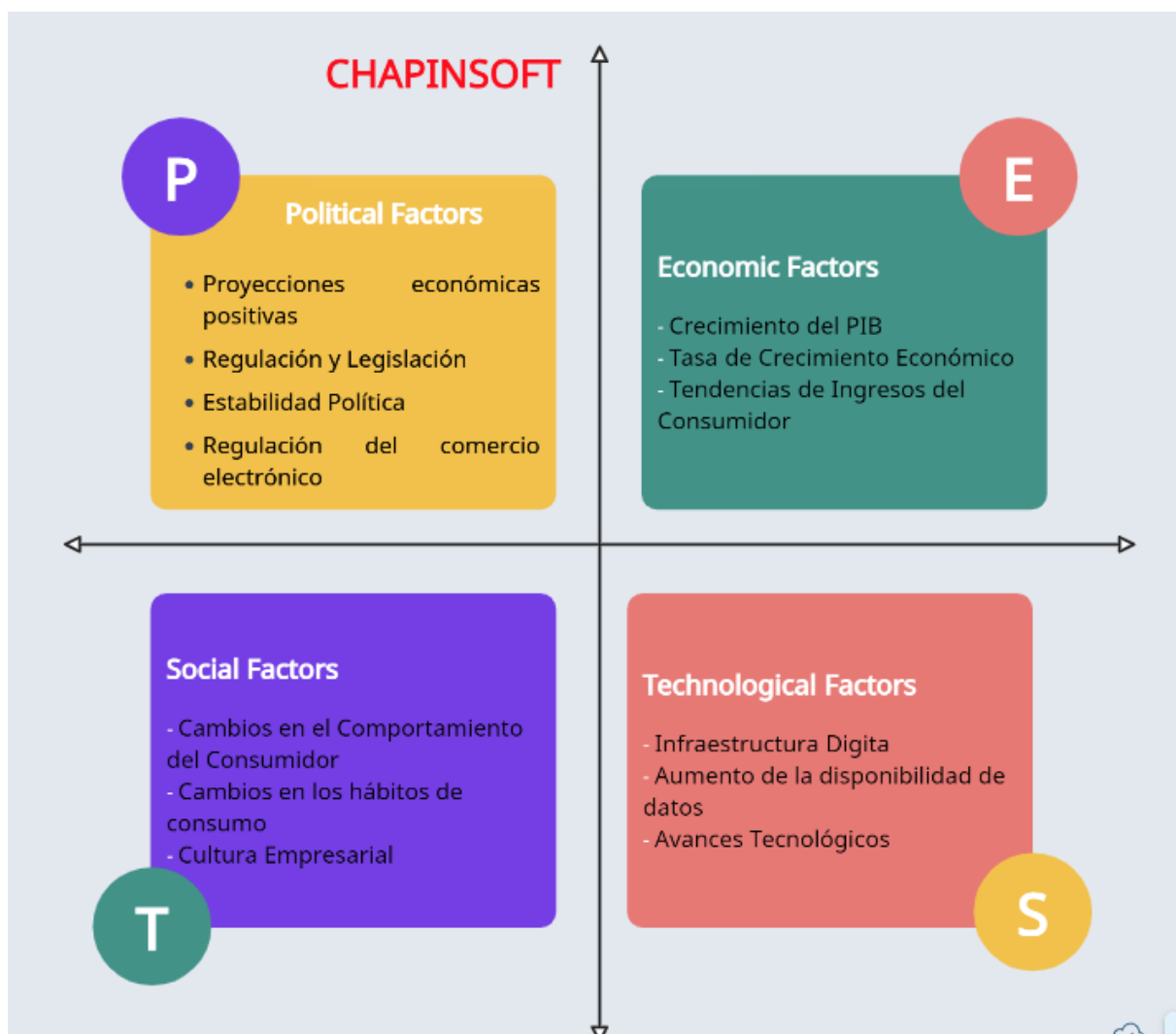
Factores Sociales:

- Cambios en el Comportamiento del Consumidor: La pandemia ha cambiado los hábitos de consumo, con una mayor preferencia por las compras en línea. "ChapinSoft" debe estar atenta a las tendencias de compra y adaptar su oferta en consecuencia.
- Cambios en los hábitos de consumo: Los consumidores guatemaltecos están cambiando sus hábitos de consumo, adoptando cada vez más las compras en línea.
- Cultura Empresarial: Comprender la cultura empresarial guatemalteca y la receptividad a la adopción de tecnologías digitales es importante para la estrategia de entrada al mercado.

- Mayor acceso a dispositivos móviles: El acceso a dispositivos móviles en Guatemala está aumentando, lo que podría facilitar las compras en línea.

Factores Tecnológicos:

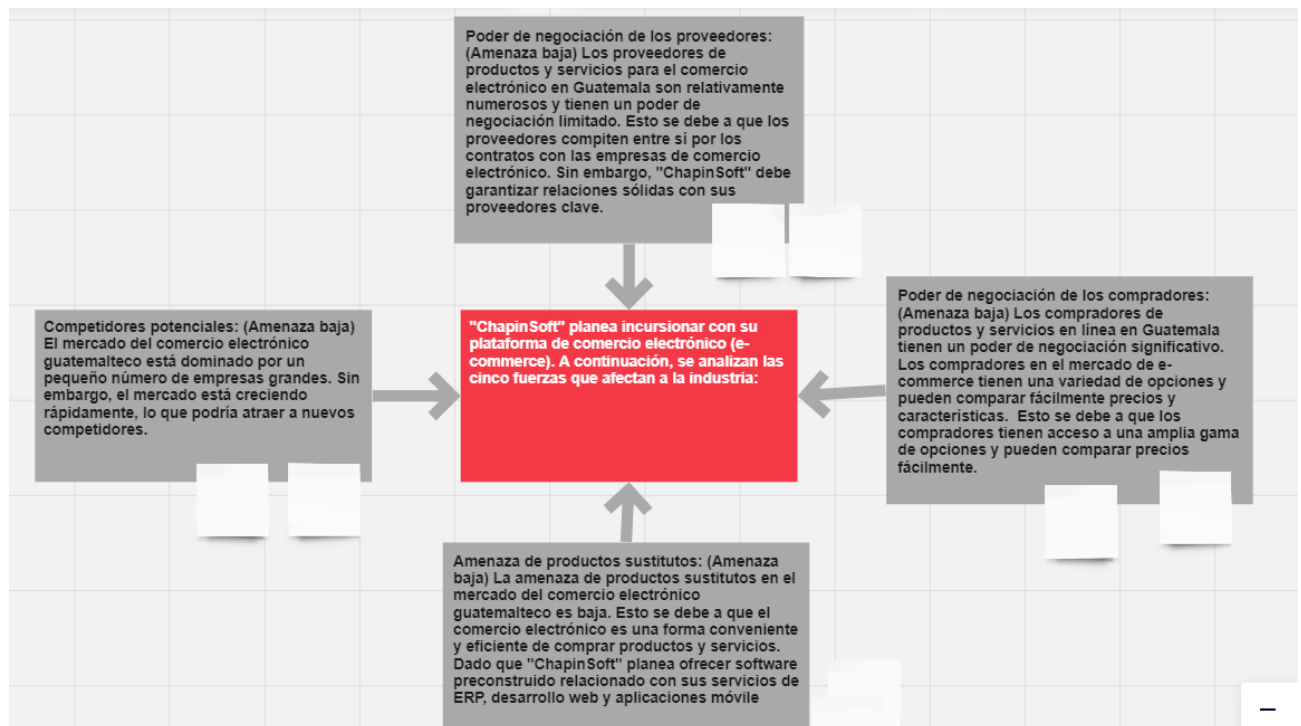
- Avances Tecnológicos: El rápido avance tecnológico en áreas como la inteligencia artificial, el procesamiento de pagos y la seguridad en línea puede ofrecer oportunidades para la innovación en la plataforma de e-commerce.
- Infraestructura Digital: La disponibilidad y calidad de la infraestructura digital, como la conectividad a Internet, son fundamentales para el funcionamiento efectivo de una plataforma de e-commerce.
- Aumento de la disponibilidad de datos: El aumento de la disponibilidad de datos podría ayudar a ChapinSoft a mejorar su plataforma de comercio electrónico.



4. Porter Five Forces:

El modelo Porter Five Forces es una herramienta efectiva para evaluar la estructura competitiva de la industria en la que "ChapinSoft" planea incursionar con su plataforma de comercio electrónico (e-commerce). A continuación, se analizan las cinco fuerzas que afectan a la industria:

1. **Competidores potenciales: (Amenaza baja)** El mercado del comercio electrónico guatemalteco está dominado por un pequeño número de empresas grandes. Sin embargo, el mercado está creciendo rápidamente, lo que podría atraer a nuevos competidores. "ChapinSoft" tiene la ventaja de su experiencia en desarrollo de software, lo que puede reducir la amenaza de competidores potenciales, pero aún debe estar atenta a nuevas entradas.
2. **Poder de negociación de los proveedores: (Amenaza baja)** Los proveedores de productos y servicios para el comercio electrónico en Guatemala son relativamente numerosos y tienen un poder de negociación limitado. Esto se debe a que los proveedores compiten entre sí por los contratos con las empresas de comercio electrónico. Sin embargo, "ChapinSoft" debe garantizar relaciones sólidas con sus proveedores clave.
3. **Poder de negociación de los compradores: (Amenaza baja)** Los compradores de productos y servicios en línea en Guatemala tienen un poder de negociación significativo. Los compradores en el mercado de e-commerce tienen una variedad de opciones y pueden comparar fácilmente precios y características. Esto se debe a que los compradores tienen acceso a una amplia gama de opciones y pueden comparar precios fácilmente.
4. **Amenaza de productos sustitutos: (Amenaza baja)** La amenaza de productos sustitutos en el mercado del comercio electrónico guatemalteco es baja. Esto se debe a que el comercio electrónico es una forma conveniente y eficiente de comprar productos y servicios. Dado que "ChapinSoft" planea ofrecer software preconstruido relacionado con sus servicios de ERP, desarrollo web y aplicaciones móviles.
5. **Rivalidad entre competidores: (Amenaza media-alta)** La rivalidad entre competidores en el mercado del comercio electrónico guatemalteco es alta. Esto se debe a que el mercado está fragmentado y las empresas compiten por una cuota de mercado. "ChapinSoft" debe prepararse para una fuerte competencia y diferenciarse a través de la calidad de sus productos y servicios, así como a través de estrategias de marketing efectivas.



Impacto del análisis de las cinco fuerzas de Porter en la estrategia

El análisis de las cinco fuerzas de Porter proporciona una visión general de la estructura competitiva del mercado del comercio electrónico guatemalteco. En base al análisis, se pueden identificar las siguientes oportunidades y amenazas:

Oportunidades:

- Crecimiento del mercado: El mercado del comercio electrónico guatemalteco está creciendo rápidamente, lo que representa una oportunidad para las empresas que buscan entrar en el mercado.
- Desarrollo de nuevas tecnologías: El desarrollo de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, podría generar nuevas oportunidades para el comercio electrónico.

Amenazas:

- Competencia: El mercado del comercio electrónico guatemalteco está dominado por un pequeño número de empresas grandes, lo que podría representar una amenaza para las empresas más pequeñas.
- Cambios en los hábitos de consumo: Los cambios en los hábitos de consumo podrían afectar la demanda de productos y servicios en línea.

Recomendaciones:

- Aprovechar el crecimiento del mercado: ChapinSoft debe centrarse en el crecimiento del mercado del comercio electrónico guatemalteco.
- Invertir en innovación: ChapinSoft debe invertir en innovación para mantenerse a la vanguardia de las tendencias tecnológicas.
- Aumentar la diferenciación: ChapinSoft debe encontrar formas de diferenciarse de sus competidores.
- Atender a los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento: ChapinSoft debe centrarse en los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento.

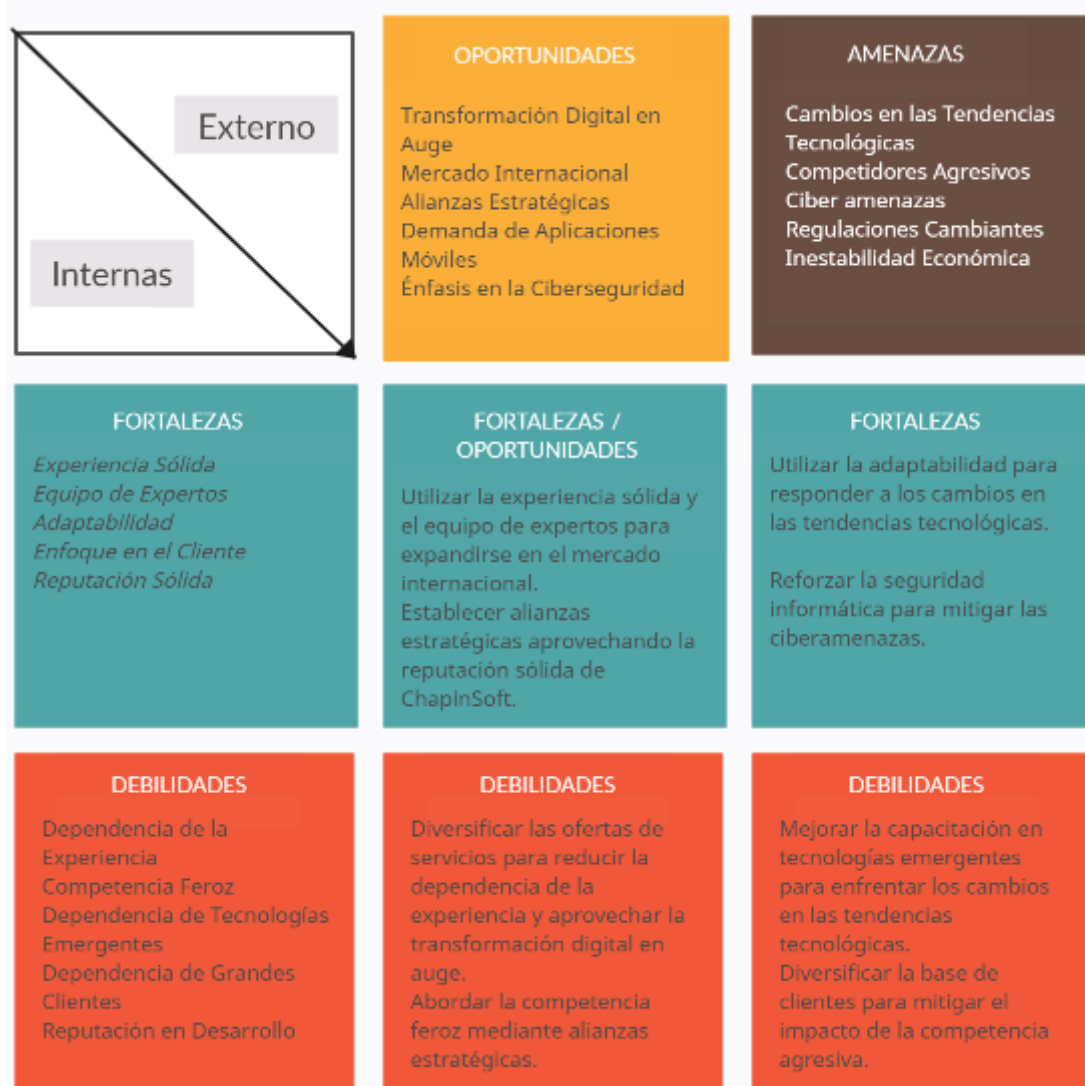
5. SWOT Analysis

Este análisis proporciona una visión general de la situación ficticia de ChapinSoft, identificando áreas de fortaleza en las que puede construir, oportunidades para crecer, debilidades a abordar y amenazas a las que estar atento en su entorno de negocio

Internas	FORTALEZAS <i>Experiencia Sólida</i> <i>Equipo de Expertos</i> <i>Adaptabilidad</i> <i>Enfoque en el Cliente</i> <i>Reputación Sólida</i>	DEBILIDADES Dependencia de la Experiencia Competencia Feroz Dependencia de Tecnologías Emergentes Dependencia de Grandes Clientes Reputación en Desarrollo
	OPORTUNIDADES Transformación Digital en Auge Mercado Internacional Alianzas Estratégicas Demanda de Aplicaciones Móviles Énfasis en la Ciberseguridad	AMENAZAS Cambios en las Tendencias Tecnológicas Competidores Agresivos Ciber amenazas Regulaciones Cambiantes Inestabilidad Económica

6. TOWS Matrix

La matriz TOWS o el análisis TOWS es una extensión del conocido análisis FODA. Esta matriz tiene por objetivo hacer coincidir las fortalezas con las oportunidades y las amenazas con las debilidades. Puede contemplarse como un siguiente paso luego de completar la matriz FODA para hacer un análisis mucho más profundo que permita una mejor toma de decisiones.

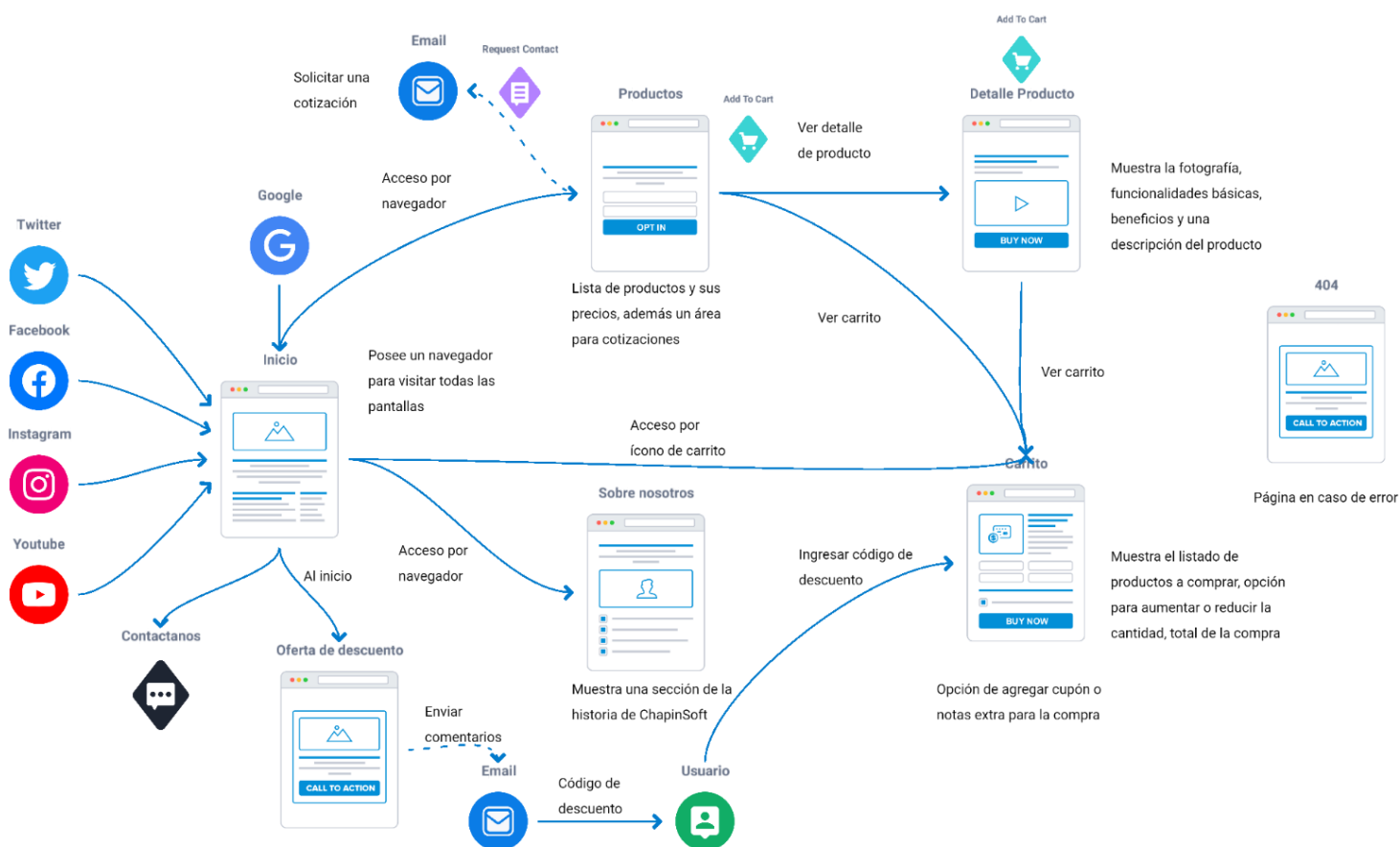


7. SOAR Analysis

Se trata de un enfoque que centra su atención en lo que se hace bien y se aprovecha de esta experiencia. Por tanto, este enfoque, lejos de dar vueltas a un problema concreto, centrará su atención en las principales fortalezas para solucionarlo y minimizarlo centrandolo en aquello en lo que se trabaja bien y no en las cosas que no se saben abordar correctamente.



8. Mapeo TICS



8. Planificación del proyecto

Se realizarán 2 sprints de desarrollo, cada uno durará 2 semanas. A continuación se listan las tareas y procesos a realizar:

- Definir Objetivos y Alcance:
 - Identificar los objetivos del proyecto.
 - Establecer el alcance del E-commerce, incluyendo las funcionalidades clave..
- Investigación y Análisis:
 - Investigar el mercado y analizar a la competencia.
 - Comprender las expectativas y necesidades de los clientes.
- Diseño de la Interfaz de Usuario (UI):
 - Diseñar la estructura de navegación.
 - Crear un diseño de UI inicial.
- Desarrollo del Sitio Web Principal:
 - Desarrollar el sitio web principal.
 - Implementar el catálogo de productos.
 - Crear páginas de productos individuales.
- Integración del Carrito de Compras y Proceso de Pago:
 - Integrar el carrito de compras en el sitio.
 - Desarrollar el proceso de pago.
- Seguridad y Base de Datos:
 - Implementar medidas de seguridad básicas.
 - Configurar la base de datos para gestionar productos e inventario.
- Pruebas y Optimización:
 - Realizar pruebas exhaustivas de todas las características y funcionalidades.
 - Realizar pruebas de seguridad y rendimiento.
 - Corregir errores y optimizar la velocidad de carga.
- Lanzamiento y Marketing:
 - Lanzar el E-commerce al público.
 - Iniciar campañas de marketing digital, como publicidad en redes sociales y correo electrónico.
- Monitoreo Continuo:
 - Monitorizar continuamente el sitio web y realizar ajustes según los datos de análisis.

Sprint 1

Será enfocado en la preparación y fundamentos del E-commerce, tomando en cuenta los requerimientos, análisis y diseño del proyecto.

- **Semana 1: Diseño y Planificación**
 - Definir objetivos y alcance del proyecto.
 - Investigar y analizar el mercado y la competencia.
 - Seleccionar plataformas tecnológicas y herramientas.
 - Diseñar la interfaz de usuario (UI) inicial.
- **Semana 2: Desarrollo del Sitio Web**
 - Desarrollar el sitio web principal.
 - Configurar la base de datos para gestionar productos e inventario.
 - Implementar el catálogo de productos.
 - Crear páginas de productos individuales.
 - Integrar el carrito de compras.
 - Desarrollar el proceso de pago.
 - Implementar medidas de seguridad básicas.

Sprint 2

Se enfocará en finalizar las funcionalidades pendientes y preparar el proyecto para que sea lanzado a producción.

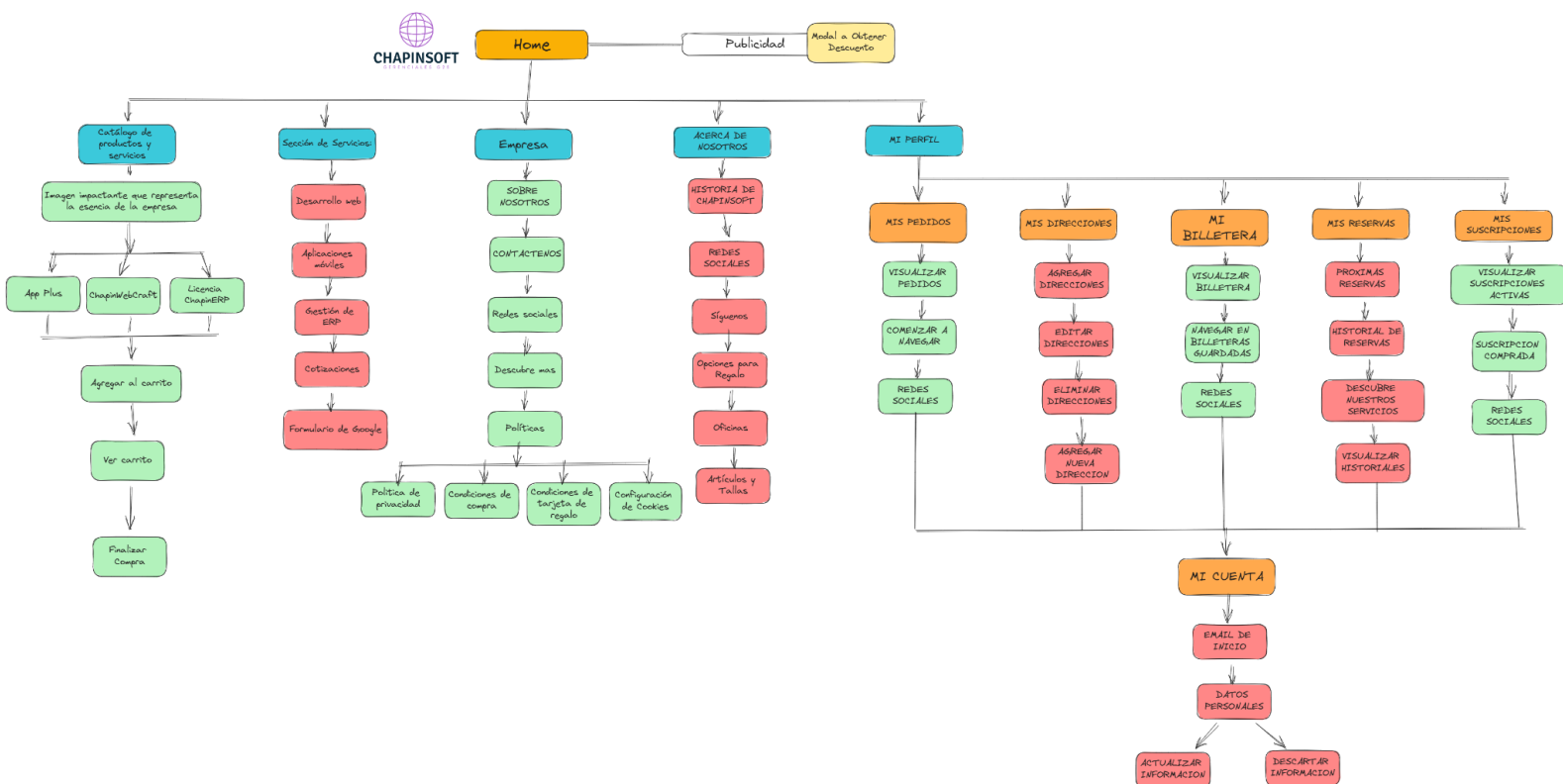
- **Semana 3: Funcionalidades Adicionales y Pruebas**
 - Desarrollar funcionalidades adicionales, como comentarios y reseñas de productos.
 - Implementar filtros de búsqueda avanzados.
 - Configurar recomendaciones de productos personalizadas.
 - Realizar pruebas exhaustivas de todas las características y funcionalidades.
 - Realizar pruebas de seguridad y rendimiento.
- **Semana 4: Lanzamiento y Marketing**
 - Preparar para el lanzamiento.
 - Seleccionar el servicio de alojamiento del proyecto
 - Lanzar el E-commerce al público.
 - Iniciar campañas de marketing digital, como publicidad en redes sociales y correo electrónico.
 - Monitorizar continuamente el sitio web y realizar ajustes según los datos de análisis.

Arquitectura de información

Se organiza y estructura el contenido de nuestro Landing Page de manera que sea fácil encontrar y usar para los usuarios.

Beneficios de nuestra arquitectura:

- Mejorar la experiencia del usuario: Al organizar el contenido de manera clara y lógica, los arquitectos de información pueden ayudar a los usuarios a encontrar la información que necesitan rápidamente y fácilmente.
- puede reducir la frustración del usuario y mejorar la conversión.
- ayudar a que nuestro Landing Page puede clasificarse mejor en los resultados de búsqueda. Esto puede conducir a un aumento en el tráfico orgánico y a un mayor alcance



Landing Page

Es una página diseñada para atraer la atención de los clientes, fue hecha con WIX.

<https://danchiacabal.wixsite.com/chapinsoft>



Figura. Vista desde un navegador.



Figura . Vista para tablet



Figura. Vista de servicios ofrecidos por ChapinSoft

- Visita el sitio web:

<https://danchiacabal.wixsite.com/chapinsoft>

Observaciones

- El resumen ejecutivo presenta de manera efectiva los desafíos que enfrenta "ChapinSoft" y la necesidad de adaptarse al entorno digital. Sin embargo, sería beneficioso incluir objetivos más específicos en términos de participación en el mercado, adquisición de clientes y expansión digital.
- La mención de la necesidad de transformación digital es acertada, pero podría ampliarse con ejemplos concretos de cómo la pandemia ha impulsado el cambio en el comportamiento del consumidor y la adopción de tecnologías digitales. Esto ayudaría a respaldar la urgencia de la situación.
- A lo largo del resumen ejecutivo, se podrían incluir ejemplos reales de cómo las estrategias y tácticas propuestas se aplicarían a situaciones concretas de "ChapinSoft". Esto brindaría a los lectores una comprensión más clara de cómo se llevarían a cabo en la práctica.

Conclusiones

- La estrategia propuesta se basa en la personalización y el enfoque en el cliente. A través de la segmentación y la creación de avatares, "ChapinSoft" podrá ofrecer soluciones y experiencias más relevantes, estableciendo conexiones emocionales y aumentando las tasas de conversión.
- La estrategia abraza la adaptabilidad y la flexibilidad. La incorporación de Planes de un Solo Uso permite abordar desafíos específicos de manera eficiente, manteniendo una respuesta ágil a las necesidades cambiantes del entorno.
- La visión de "ChapinSoft" es la excelencia en soluciones digitales. La estrategia no solo busca sobrevivir en el mercado digital, sino destacar y liderar a través de soluciones innovadoras, atención al cliente excepcional y un compromiso inquebrantable con la calidad.

Bibliografía

https://looka.com/onboarding?company_name=ChapinSoft