|  |
| --- |
| PROPUESTA Y PLAN  DE empresa  texto del subtítulo aquí |
| Consultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañíaConsultoría Qubit S.L.Nombre de la compañía Residencial La Gran Manzana  Quart de Poblet, Valencia (46930)  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Dirección  Ciudad, provincia y código postal  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico  Teléfono  Correo electrónico |



[1. Presentación del proyecto y sus promotores 4](#_Toc55500743)

[1.1. Idea de negocio 4](#_Toc55500744)

[1.2. Objetivos de la empresa 4](#_Toc55500745)

[1.3. Cultura empresarial y responsabilidad social corporativa 4](#_Toc55500746)

[1.4. Nombre comercial, marca y logotipo 4](#_Toc55500747)

[1.5. Presentación de promotores 4](#_Toc55500748)

[1.6. Localización 4](#_Toc55500749)

[1.7. Macroentorno 4](#_Toc55500750)

[2. Estudio de mercado 4](#_Toc55500751)

[3. Plan de marketing 4](#_Toc55500752)

[3.1 El producto 4](#_Toc55500753)

[3.2 Estrategias de precios 4](#_Toc55500754)

[3.3 Distribución 4](#_Toc55500755)

[3.4 Estrategias de promoción 4](#_Toc55500756)

[3.5 Conclusiones 4](#_Toc55500757)

[4. Plan de recursos humanos 4](#_Toc55500758)

[4.1 Recursos humanos de la empresa 4](#_Toc55500759)

[4.2 Estructura organizativa de la empresa 4](#_Toc55500760)

[5. Plan de producción 4](#_Toc55500761)

[5.1 Descripción del ciclo productivo de la empresa 4](#_Toc55500762)

[5.2 Descripción del ciclo productivo de la empresa ¿? 4](#_Toc55500763)

[6. Análisis de costes 4](#_Toc55500764)

[6.1 Costes fijos y costes variables 4](#_Toc55500765)

[6.2 El umbral de rentabilidad 4](#_Toc55500766)

[7. Área jurídica 4](#_Toc55500767)

[7.1 Forma jurídica de la empresa 4](#_Toc55500768)

[7.2 Organización de la prevención de riesgos laborales 4](#_Toc55500769)

[7.3 Calendario fiscal 4](#_Toc55500770)

[7.4 Protección legal 4](#_Toc55500771)

[8. Trámites de constitución u puesta en marcha y plan de acción 5](#_Toc55500772)

[8.1 Trámites de constitución y puesta en marcha 5](#_Toc55500773)

[8.2 Plan de acción 5](#_Toc55500774)

[9. Conclusiones y evaluación del proyecto 5](#_Toc55500775)

[9.1 Análisis DAFO 5](#_Toc55500776)

[9.2 Valoración del riesgo 5](#_Toc55500777)

[9.3 Criterios de evaluación 5](#_Toc55500778)

# Presentación del proyecto y sus promotores

## Idea de negocio

Consultoría y desarrollo de Software. La empresa proporciona soluciones tecnológicas innovadoras a sus clientes de manera personalizada. Para ello, los clientes pueden subcontratar al amplio talento de recursos humanos que ofrece la empresa para que desarrollen los proyectos formando parte de su propia empresa; logrando así que esta consiga un producto propio y personalizado.

Esta es una manera innovadora de proponer soluciones que buscan la diferenciación de su marca sobre el resto del mercado. Además, se ofrece la posibilidad gestionar y administrar el mantenimiento de los recursos.

## Objetivos de la empresa

Durante su inicio la empresa busca establecerse como una consultoría innovadora que llame la atención del mercado a nivel regional dada su distinción con el resto de la competencia. Un factor vital para su desarrollo es conseguir la confianza de los clientes que apuesten por ella, ofreciéndoles un servicio que satisfaga sus necesidades. Dicha situación dará lugar a que la empresa adquiera un renombre y se establezca en el mercado.

A medida que la empresa crezca y genere beneficios, buscará desarrolla la marca en nuevos mercados, lo que le permitirá conocer nuevos entornos para así aprender y crecer. Este crecimiento siempre será de forma progresiva y sostenible.

## Cultura empresarial y responsabilidad social corporativa

**Misión de la empresa**

Ofrecer a sus clientes un producto distinguido y de calidad, el cual les permita ser más eficaces y competitivos en el día a día a través de una solución innovadora y responsable con el entorno. A través de realizar un buen trabajo día a día, ganar la confianza de los clientes y accionistas.

**Visión de la empresa**

La empresa busca establecerse como una de las principales marcas en el mercado nacional de desarrollo de Software. El principal objetivo es ser capaz de generar el éxito de los clientes a través de sus servicios.

**Valores de la empresa**

* Innovación y creatividad en todos nuestros proyectos.
* Ofrecer un producto bien diferenciado y de calidad.
* Empatía y cercanía con el cliente.
* Trabajo en equipo.
* Transparencia, honestidad e igualdad.
* Compromiso con el entorno.

## Nombre comercial, marca y logotipo

**Nombre comercial de la empresa**

Consultoría Qubit S.L.

**Marca**

Qubit

**Logotipo**

## Presentación de promotores (TODO: Implicación y funciones)

* **CEO → Nicolás**
* **Rubén Gárate Ortolano**

Rubén será el director del departamento de desarrollo y mantenimiento de aplicaciones web. Posee altos conocimientos en la materia y una gran motivación para sacar toda la capacidad innovadora del departamento.

Cursando actualmente el ciclo formativo de Sistemas Microinformáticos y Redes después de terminar la educación secundaria obligatoria. Experiencia laboral como alumno en prácticas desempeñando tareas relacionadas con sus estudios.

Rubén es castellano y valenciano parlante, con buenos conocimientos de inglés como lengua extranjera. Amplios conocimientos en el ámbito de trabajo a desarrollar y una gran capacidad para trabajar en equipo eficazmente.

Posee grandes capacidades creativas, busca constantemente innovaciones y mejoras en sus proyectos personales y laborales. Otra de sus principales cualidades es su gran visión de futuro que le permite detectar las oportunidades de futuro y asumir los riesgos necesarios para llevarla a cabo.

* **Alejandro Jiménez Cabrera**

Alejandro realizará las funciones de auditoría, gestión y seguridad de los recursos Software. Dispone del reconocimiento de *The Institute Of Internal Auditors* que le permite realizar certificados regulados por la norma ISO.

Después de finalizar la educación secundaria obligatoria, está cursando el Grado Medio de Sistemas Microinformáticos y Redes y realizando las prácticas laborales que le están permitiendo desarrollar los conocimientos y capacidades aprendidas.

Su principal cualidad es su gran iniciativa a la hora de comenzar nuevos proyectos, una vez estudia y analiza una idea con profundidad, se esfuerza al máximo para conseguir que esta salga adelante y lograr sus objetivos. Además, sabe combinar perfectamente la responsabilidad de tomar decisiones y responder por sus propios actos con una gran flexibilidad que le permite adaptarse a cualquier imprevisto.

Busca convertirse en uno de los mejores profesionales del campo de la informática y las comunicaciones a nivel regional y seguir ampliando sus conocimientos.

* **Jose Menchón Ruiz**

Jose será el encargo del mantenimiento y administración de la empresa, y del mismo modo realizará las funciones de Community Manager y R.R.P.P. Dispone de una gran experiencia desenvolviéndose en el ámbito de las redes sociales, así como realizando tareas de administración.

Actualmente estudiando el ciclo formativo de Sistemas Microinformáticos y redes después de haber terminado la Educación secundaria obligatoria. Ha adquirido experiencia en su ámbito laboral a través de las prácticas laborales relacionadas al grado cursado.

El principal rasgo que le define es su capacidad innovadora y creatividad, disfruta imaginando ideas nuevas en base a las necesidades de la sociedad, además

Otra de sus principales cualidades es su gran capacidad de liderazgo, no duda en asumir las responsabilidades necesarias para que sus proyectos sigan adelante, además esto lo combina con un espíritu de equipo ejemplar, considera cada voz dentro del equipo igual de importante.

Por último, el tiempo es su mayor tesoro y siempre consigue sacarle el máximo partido gracias a su estricta organización que mantiene en su vida laboral y profesional.

Su objetivo con este proyecto es desarrollar una idea innovadora que genere beneficios y sea mantenida y mejorada a largo plazo

* **Julián Benito Sánchez López**

Julián será el director del departamento de desarrollo y mantenimiento de aplicaciones multiplataforma. Motivado con la responsabilidad que ofrece esta oportunidad y con la ambición de demostrar todas sus capacidades a través de este departamento.

Formado en Sistemas Microinformáticos y Redes y Educación Secundaria Obligatoria. A través de las prácticas laborales y proyectos personales ha adquirido experiencia en el sector → GitHub.com/TehWeifu

Facilidad para comunicarse en distintos idiomas: castellano y valenciano parlante, alto nivel de inglés y fluido en francés y alemán. Conocimientos básicos de programación en C++ y Python.

Destaca por su gran autonomía, gran capacidad para funcionar y tomar decisiones sin depender de nadie y pese a que estas decisiones puedan ser difíciles no duda a la hora de actuar y asumir las consecuencias de sus actos.

Otro de sus rasgos principales es su tenacidad. Altamente persistente hasta llegar a su objetivo, trabajando duro hasta conseguirlo y superando las dificultades que se le pongan por el camino.

Disfruta trabajando en equipo, cooperar en busca de un objetivo común con sus compañeros, en los que confía y delega siempre que sea necesario. Tiene claras sus prioridades y las de sus proyectos. Sabe cómo compaginar la vida laboral con sus principales aficiones: el deporte y la literatura.

Busca tanto la realización profesional a través de un proyecto innovador que consiga una buena recepción y opinión del mercado. Así como una realización personal al aportar un beneficio social y económico en su entorno.

## Localización

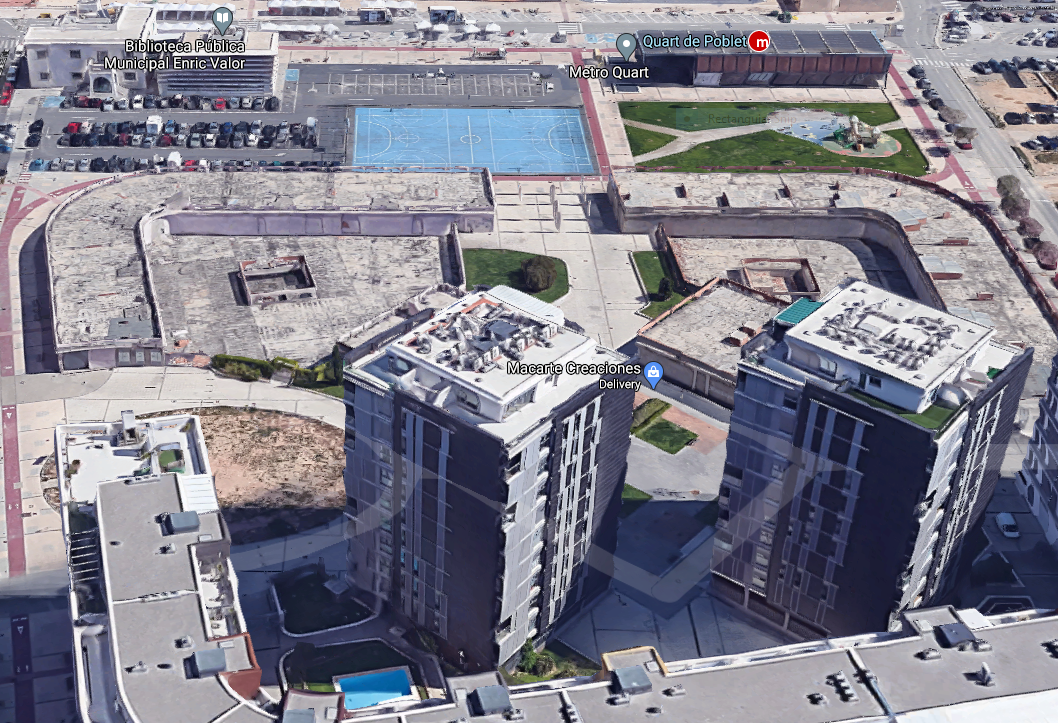
La sede central de la empresa se ubicará en el Residencial de la Gran Manzana situada en la Plaza Cortes Valencianas de Quart de Poblet (46930)

La elección de esta localización atiende principalmente a motivos de accesibilidad y económicos. Dispone de parking público y transporte público (estación de metro al lado del edificio). Además, Se alquilará un piso ya edificado que será destinado a albergar las oficinas y alojar el CPD de la empresa. De esta forma será mucho más sencillo ajustarse al presupuesto inicial de la empresa.

Otros factores a destacar sobre la ubicación es la disponibilidad de piscina que ofrece el edificio, así como la cercanía con un complejo deportivo que permitirá a los trabajadores desconectar después de la jornada laboral si así lo desean.

El edificio está situado en la primera planta, tiene unos 106 m2, dispone de ascensor y trastero. El coste mensual por el alquiler del piso será unos 650€.

Por último, la empresa podrá optar a las subvenciones que ofrece el Ayuntamiento de Quart de Poblet a aquellos autónomos o empresa que dispongan de un establecimiento local. Esta subvención se estima que aporte a la empresa unos 600€ anuales.



## Macroentorno

**Factores tecnológicos**

La tecnología es el día a día de la empresa la cual está comprometida a ofrecer los mejores productos y servicios a sus clientes utilizando los recursos y tecnologías que ofrezcan el mejor resultado.

**Factores jurídicos y políticos**

La actividad de la empresa no se ve limitada especialmente por ninguna Ley o regulación en concreto.

**Factores socioculturales**

La empresa siempre busca ofrecer soluciones innovadoras que atiendan a las necesidades actuales de la sociedad. Del mismo modo proporciona a sus trabajadores beneficios para que compaginen su actividad laboral con una vida saludable.

La actividad de la empresa no interviene con el correcto desarrollo social del entorno y del medio ambiente. Es más, tiene un firme compromiso a la hora de trabajar con aquellos clientes que tengan la misma visión en materia de responsabilidad social corporativa.

**Factores demográficos**

Los servicios y productos ofrecidos por la empresa abarcan todo tipo de clientes, no tiene límites a la hora de desarrollar proyectos que incluyan al conjunto de la población.

**Factores económicos**

Teniendo en cuenta la inflación actual en un mercado que se encuentra en pleno auge, pero con incertidumbre, la empresa busca destacar con un producto y servicio único que le permita encontrar de destacar sobre la competencia.

La empresa está capacitada para seguir con el desarrollo de su actividad a pesar de la COVID-19

# Estudio de mercado

Tras finalizar una exhaustiva investigación del mercado de la empresa en la que se han empleado fuentes de información secundarias, se pueden destacar los siguientes puntos a tener en cuenta:

**Producto**

Los servicios que ofrece la empresa son un amplio abanico de soluciones a niveles de Software como puedan ser:

* Desarrollo de aplicaciones Web.
* Desarrollo de aplicaciones multiplataforma.
* Auditorías informáticas sobre la seguridad y eficacia del Software.
* Otros servicios relacionados con la actividad de la empresa como puedan ser: Servicios de hosting y mantenimiento, formación, etc.…

Observando los productos y servicios actuales en el mercado, podemos catalogarlos y estudiarlos de la siguiente manera:

* Productos sustitutivos: Existen varias consultorías en el mercado que ofrecen servicios a nivel de Software en Valencia, como puedan ser INDRA o DynamizaTIC.
  + La principal ventaja de nuestro servicio en comparación a la competencia es la gran calidad del producto que podemos ofrecer. A través de un servicio único se conseguirá satisfacer las necesidades de aquel segmento del mercado que busca controlar en todo momento las decisiones que se toman durante el servicio, con el fin de lograr un producto final más cercano, el cual ofrecer a sus clientes.
  + La principal desventaja es no ser capaz de mantener los niveles de producción y económicos que puede ofrecer la competencia, ya que estos ofrecen un servicio más estandarizado.
* Productos complementarios: Al ser una empresa que trabaja en el sector de los servicios, no existe un gran número de productos que ser puedan comercializar junto al nuestro, aunque podemos destacar los siguientes:
  + Licencias de Software.
  + Servicios de Cloud Computing o Web Hosting
  + Poner algo más aquí o cambiar alguna cosa. El punto en general lo veo meh

**Consumidores**

El target principal de la empresa durante su primera etapa en el mercado serán pequeñas y medianas empresas las cuales no tengan un departamento de informática o no esté especializado. Otro segmento mercado el cual es que la empresa tiene marcado como mercado objetivo son aquellas medianas o grandes empresas que busquen realizar una auditoría de su infraestructura informática.

Los servicios que ofrece la empresa son contratados por los clientes de manera puntual, aunque siempre se buscará mantener una relación laboral a lo largo del tiempo gracias a los servicios de administración o mantenimiento. De esta forma, permitirá a ambas partes establecer nuevas relaciones laborales en el futuro.

La empresa tiene la capacidad de amoldarse al poder adquisitivo de cualquier tipo de cliente en función a los servicios que desee contratar. Siempre se buscará aquella solución que sea eficiente y rentable para ambas partes.

**Competencia**

El mercado en el que opera la empresa está en pleno auge y, por ende, existen numerosas empresas que ofrecen servicios similares. La mayoría de la competencia se enfoca en desarrollar una estrategia de liderazgo en costes que les permite ofrecer los servicios de manera rápida, produciendo a un menor coste que a su vez repercute a la baja en el precio de los servicios, pero debido a esto el producto que logran ofrecer está estandarizado.

Al ser un mercado que ha sufrido una gran expansión en los últimos años la mayoría de la competencia no dispone de mucha antigüedad en el sector, como expresión podemos destacar a INDRA que llevan operando 27 años.

Los servicios que se ofertan en este sector se promocionan y distribuyen en su mayoría de forma electrónica, así como la asistencia técnica. Es vital para una empresa dominar estos aspectos para posicionarse en el mercado; este será uno de los principales objetivos de la empresa en sus inicios, que le permitirá distinguirse del resto y encontrar su lugar en el mercado.

Los objetivos y estrategias de la mayoría del sector son comunes. Esto supone un factor a favor para la empresa ya que la competencia puede obstaculizarse entre sí intentando ofrecer el servicio más económico o con la mayor inmediatez, mientras que nuestra marca se caracteriza por buscar la innovación y la calidad.

**Proveedores**

Los principales proveedores para la empresa son servidores de Cloud Computing, servidores de hosting, aplicaciones Software como IDE, control de flujo (Git), etc.… Los precios de estos servicios están estandarizados, por lo que nos tendremos que ajustar a las peticiones del mercado en este caso.

**Matriz DAFO**

|  |  |
| --- | --- |
| Debilidades | Amenazas |
| * Falta de experiencia laboral y experiencia en el mercado. * Número reducido de trabajadores en comparación a una gran empresa * Marca nueva que no es conocida ni está ubicada en el mercado. | * Existe una amplia competencia al pertenecer en un mercado en pleno auge * Demanda que prioriza el precio y la inmediatez en lugar de la calidad. * Desconfianza de los clientes y accionistas ante un modelo de negocio nuevo. |
| Fortalezas | **Oportunidades** |
| * Amplios conocimientos técnicos * Plantilla joven y motivada en busca de afrontar nuevos retos. * Servicio personalizado y diferenciado. Trato directo con el cliente * Abiertos a escuchar nuevas propuestas e ideas. | * Nicho de mercado en aquellas empresas que no están contentas con la forma actual de ofrecer los servicios. * Actividad que no se ve afectada pese a crisis sanitarias, como la situación actual (COVID) * Mercado en pleno auge y en rápida expansión en nuevos mercados como India o China. |

# Plan de marketing

## El producto

## Servicios principales

La empresa ofrece servicios personalizados para los clientes en función de sus necesidades, no se limita a una serie de servicios preestablecidos y siempre está dispuesta a escuchar y trabajar en ideas innovadoras. La gama de servicios principales que se ofrecen es:

* **Desarrollo de aplicaciones web**

Diseño de páginas web desde cero, así como mantenimiento o desarrollo de la misma. Capacidad para alojar la página y proporcionar servicios adicionales (SEO, SSL, etc.…)

* **Desarrollo de aplicaciones multiplataforma**

Creación de aplicaciones y software que cubran una necesidad específica del cliente o de propósito general, del mismo modo que en las páginas web, se ofrece la posibilidad de contratar alojamiento y mantenimiento de las bases de datos y servicios relacionados.

* **Auditorías**

Revisión exhaustiva de la estructura lógica y los servicios del sistema de información y aplicaciones de la empresa. Así como certificado de seguridad y eficiencia del Software regulado por la ISO.

## Servicios relacionados

Además, todo cliente podrá disfrutar de los siguientes servicios adicionales

* **Mantenimiento del Software**

Ampliación de las capacidades del Software, así como una revisión periódica para garantizar su correcto funcionamiento (webs, aplicaciones, bases de datos, etc.…)

* **Garantía**

Después de finalizar el servicio, los clientes dispondrán de dos años de garantía adicional. Además, la empresa garantiza un tiempo máximo de respuesta de 12 horas en caso de fallo crítico en los servicios principales.

* **Hosting**

La empresa ofrece servicios de Cloud Computing para almacenar las páginas web y datos necesarios para los clientes

* **Formación**

Cada servicio que ofrece la empresa se acompaña con la formación necesaria al personal indicado con el fin de gestionar y administrar el software de manera correcta.

## Análisis de los servicios

La marca se caracteriza por ofrecer unos servicios bien diferenciados de la competencia. Pese a que los servicios suponen un coste añadido, el sistema de subcontratación de la empresa hace que los servicios que obtiene el cliente sean únicos y eficientes para su empresa.

El principal objetivo de mejora del servicio de la empresa será buscar la eficiencia en el sistema innovador de subcontratación del personal, con el fin de lograr una eficiencia que permita ofrecer los servicios a un menor coste y con ello aumentar la cuota de mercado.

Una vez la empresa consiga la suficiente rentabilidad económica, la empresa centrará sus esfuerzos es instalar un CPD es sus oficinas que les permita trabajar de manera más eficaz y segura tanto a la marco como a sus clientes

## Estimación del coste

Los servicios de consultoría y auditoría que ofrece la empresa tienen un precio de 80 euros la hora. La empresa ofrece la capacidad de flexibilizar dicho precio según las necesidades y el tiempo de contratación que requiera el cliente.

Los servicios de mantenimiento que ofrece la empresa para elementos Software es de 200 euros al año. En él se pueden incluir cualquier elemento Software, ya sea base de datos, páginas web, etc.…

Desarrollo y diseño de páginas web: para determinar el precio de este servicio se valorarán un gran número de variables en función de las necesidades del cliente

* Certificado de protocolo SSL: a través de este estándar se pueden cifrar los datos de los usuarios que se conectan a la página web (otorga la “s” en “https”). Coste de 100 euros.
* Servicio de tienda on-line: configuración e instalación de todos los servicios necesarios para que los usuarios tengan la capacidad de realizar compras y pedidos a través de la página web. Coste de entre 800 y 1000 euros
* Número de páginas: La página web estándar contará con cinco páginas como mínimo y para añadir más supondrá un coste adicional. Coste 20 euros por página.
* Idiomas: la página podrá verse en diferentes idiomas, traducción realizada con un equipo de traductores expertos y revisada de faltas ortográficas y sintácticas. Precio 200 – 400 euros por idioma (en función del idioma elegido)
* Soporte de registro de usuarios: a través de esta función, la página podrá ofrecer un registro de usuarios y contraseñas (incluido en el servicio de tienda on-line). Precio 350 euros
* Diseño página web: Estructura front-end de la página, distribución de los elementos, colores, etc.… Precio entre 400 y 800 euros.
* Soporte para apps y API: Servicio que proporciona compatibilidad con aplicaciones para móviles o con otras páginas web.
* Hosting: La empresa ofrece la posibilidad de almacenar la página web en sus servidores de Cloud Computing. Precio 100 euros al año.
* Servicios SEO: A través de estos servicios se consigue:
  + Estudio y selección de palabras clave.
  + Optimización de imágenes.
  + Diseño adaptado a distintas plataformas
  + Carga rápida de página
  + Linkbuilding de los backlinks. (Investigación de los enlaces externos de otras páginas a la nuestra para averiguar si nos convienen o no).
  + Uso de Google Maps para mejorar el posicionamiento local (lugares cercanos).
  + Precio: 400 – 600 euros

## Estrategias de precios

Los precios fijados por la empresa han seguido un profundo estudio del mercado, las estrategias de precios que se han establecido siguen las siguientes variables:

## Precio según costes

Estableceremos un precio según horas trabajadas y salario según el convenio regulador el cual dictaminará el coste del servicio que se presta, a este le sumaremos un margen de beneficio del (40% - 50%) para obtener el precio final.

## Precio según la demanda (percepción del consumidor)

Durante la etapa de introducción de la marcada se optará por una estrategia de penetración para captar la atención del mercado. A través de “precios de lanzamiento” y descuentos por “trabajar juntos por primera vez” se pretende llegar a un amplio público que permite establecer a la marca y generar los primeros beneficios.

La estrategia natural de la empresa será utilizar los precios de referencia impuestos por la competencia para conocer su lugar en el mercado. Aun así, está previsto optar por una estrategia de precios promocionales en caso que exista una necesidad de relanzar la actividad en un momento determinado.

## Precio basado en la competencia

El precio de los servicios de la empresa será siempre superior al de la mayoría de la competencia, ya que se ofrece un servicio diferenciado y de mayor calidad. No obstante, en caso de encontrarse en una situación de competencia directa con una empresa que ofrezca un producto de mayor calidad, la estrategia de precios no será jamás entrar en una guerra de precios.

## Distribución

La distribución de los servicios de la empresa se realiza de manera directa con el cliente. Cuando exista una demanda se realizará una distribución exclusiva a los clientes que contraten nuestros servicios. Por lo tanto, el canal de distribución es directo entre la empresa y el consumidor teniendo así el control total de los servicios que disfrutará el cliente.

El compromiso de la empresa con el cliente no termina una vez finalizados los servicios contrataos, existen numerosos servicios de postventa y garantía que la empresa ofrece a los clientes:

* La empresa ofrece una garantía en todos sus servicios de dos años.
* Existirá una línea telefónica exclusiva gratuita para los clientes la cual estará operativa las 24 horas del día los 365 días del año. A través de esta se podrán realizar las consultas o peticiones que deseen y en caso de fallo crítico en alguno de los servicios de la empresa se garantiza un tiempo d repuesta máximo de 24 horas desde el momento de la llamada.
* Al cabo de 6 meses se realizará una encuesta postventa para conocer el grado de satisfacción de los clientes con nuestros servicios.
* Una vez construido el CPD, se garantiza a todos los clientes el traslado del hosting de la página web de manera fiable desde el servidor de Cloud Computing hasta los servidores CPD.

## Estrategias de promoción

Tras realizar una exhaustiva investigación del mercado se han establecido las siguientes estrategias de promoción y publicidad para proyectar de la mejor manera posible la imagen de la empresa al mercado. Todas estas estrategias están previstas para llevarse a cabo desde el momento del lanzamiento de la empresa y serán llevadas a cabo por ella misma, sin necesidad de terceros.

## Estrategias de publicidad

Para comunicar la marca al mayor número de gente posible la empresa va a desarrollar y poner en marcha un Bot de Discord (con el nombre y marca de la empresa) con un gran número de funcionalidades. A través de esta estrategia se podrá conseguir que el Bot sea utilizado por un gran número de servidores y sea visto por todos los usuarios de dichos servidores. La principal ventaja de esta estrategia es que supone promoción a coste 0, ya que solo hay que pagar el mantenimiento del bot. Además, el propio Bot será configurado para obtener metadatos de su uso para conocer la repercusión que está teniendo y cómo afecta esto a la marca.

## Estrategias de Merchandaising

Con el fin de destacar nuestra marca en el mercado, la empresa utilizará los servicios SEO desarrollados por ella misma con el fin de ser la primera búsqueda en el navegador Google lo que atraerá a un gran público a nuestra página web

Meter un puto estudio o yo que sé

## Estrategias de fidelización

La principal estrategia de fidelización que llevará a cabo la empresa será ofrecer un servicio y unos servicios de postventa de calidad, los cuales dejen una opción positiva en el cliente y siga confiando en la empresa. La empresa realizará una encuesta de satisfacción como herramienta que le permita conocer cómo el cliente ha conocido la marca y qué opción tienen después de recibir los servicios. Estos cuestionarios servirán como guía para mejorar en la calidad de los servicios y conocer la efectividad de las estrategias de promoción.

Como estrategia adicional de fidelización se ofrecerá un mes de hosting totalmente gratuito por cada año contratado con la empresa. Esta promoción se mantendrá incluso una vez puesto en marcha el CPD. Llevar a cabo esta estrategia no supone un gran coste para la empresa, ya que un mes de hosting después de un año es un gasto totalmente asumible.

## Promoción de ventas

La empresa llevará a cabo dos estrategias de penetración con el fin de introducir la marca en el mercado y darse a conocer: La primera de ellas consiste en ofrecer un precio promocional la primera vez que un cliente contrate un servicio de la empresa. Esta estrategia es de carácter indefinido y acumulable con otras ofertas con el objetivo. El descuento en el servicio será de entre un 5% y un 10% según el servicio contratado. El coste para la empresa supone una pequeña pérdida en los beneficios que se compensa con la llegada de un nuevo cliente con el cual poder establecer más relaciones laborales en un futuro.

La segunda estrategia de penetración consiste en ofrecer tres (3) meses de hosting gratuito en los servicios de página web, ya sea clientes que contraten el desarrollo de la página o el mantenimiento y gestión de la web. Esta oferta tendrá una duración de un año desde el momento de su lanzamiento que será junto al lanzamiento de la empresa y pretende ser el principal reclamo para introducirse en el mercado y captar clientes. La empresa deberá asumir el coste de este hosting, pero ya que en los inicios se prevé utilizar servicios de Cloud Computing el coste no será demasiado elevado.

Otra actividad para incentivar promoción de ventas será el lanzamiento de un plan de referencia por el cual se realizará un descuento del 5% en el precio total del servicio si el cliente ha sido recomendado o tiene algún tipo de relación laboral con un cliente previo de la empresa. De este modo se favorece la comunicación boca a boca entre las empresas del sector y permite a la empresa recoger información acerca de cómo los clientes están percibiendo los servicios obtenidos en función a sus recomendaciones. En un primer momento esta estrategia está planteada para desarrollarse durante el primer año de actividad de la empresa, pero según el éxito que pueda tener se valorará ampliar la promoción y modificarla para que resulte más atractiva.

## Relaciones públicas

La empresa contará con un Community Manager experto en redes sociales relaciones pública para potenciar la imagen corporativa a través de Twitter, Facebook, Youtube y LinkedIn

Tras analizar varios informes acerca del impacto de las redes sociales en una empresa, se puede determinar que la empresa deberá invertir en promocionar su marca a través de estas ya que estos informes muestran una alta rentabilidad cuando las empresas consiguen aprovechar las herramientas que estas plataformas ofrecen.

Basándose en las cuatro principales variables que determina el retorno del capital invertido se estima que la empresa logre un retorno del 160% - 180% al capital invertido. De todos modos, la inversión en redes sociales por parte de la empresa se limitará a su capacidad de crecimiento y producción por lo que se desarrollará de manera paulatina. En ningún caso deberá ocurrir que a la empresa se vea sobrepasada por la demanda y no pueda atender a nuevos clientes o cumplir con los plazos con los actuales ya que esta situación generará una mala imagen de la empresa.

Además, la empresa colabora con el movimiento ecologista por parte de las empresas, se compromete a que toda su producción se va a realizar de manera eco-sostenible, haciendo que su huella de carbono sea la mínima posible.

## Conclusiones

A través del estudio de la empresa, el análisis de las estrategias de desarrollo y viabilidad de la empresa. Se ha realizado una matriz DAFO analizando las estratégicas que llevará a cabo la empresa según la situación de su entorno.

# Plan de recursos humanos

## Recursos humanos de la empresa

## Estructura organizativa de la empresa

# Plan de producción

## Descripción del ciclo productivo de la empresa

## Descripción del ciclo productivo de la empresa ¿?

# Análisis de costes

## Costes fijos y costes variables

## El umbral de rentabilidad

# Área jurídica

## Forma jurídica de la empresa

## Organización de la prevención de riesgos laborales

## Calendario fiscal

## Protección legal

# Trámites de constitución u puesta en marcha y plan de acción

## Trámites de constitución y puesta en marcha

## Plan de acción

# Conclusiones y evaluación del proyecto

## Análisis DAFO

## Valoración del riesgo

## Criterios de evaluación

# Bibliografía

Oficina

[https://www.idealista.com/inmueble/89139555/?source=1911&xts=352991&xtor=AL-141-[mashup]-[trovit\_trovit.es]-[intext]-[130160126]-[campaing]|[flat\_sale\_valencia]-[89139555](https://www.idealista.com/inmueble/89139555/?source=1911&xts=352991&xtor=AL-141-%5bmashup%5d-%5btrovit_trovit.es%5d-%5bintext%5d-%5b130160126%5d-%5bcampaing%5d|%5bflat_sale_valencia%5d-%5b89139555)]

Subvenciones:

<https://valenciaplaza.com/quart-de-poblet-ayudas-pymes-autonomos-114000-euros>

Social media ROI

* Que es: https://blog.cool-tabs.com/es/social-media-roi/#:~:text=El%20Retorno%20de%20la%20Inversi%C3%B3n,rendimiento%20econ%C3%B3mico%20de%20una%20inversi%C3%B3n.
* Como afecta a una empresa
  + <https://www.agenciasdigitales.org/estudios/informe-rrss-2014.pdf>
  + <https://www.investopedia.com/terms/r/returnoninvestment.asp#:~:text=Return%20on%20Investment%20(ROI)%20is,relative%20to%20the%20investment's%20cost>.
* Como calcularlo
  + https://hootsuite.com/tools/social-roi-calculator?fbVisits=97900&conversionRate=10&closeRate=50&lifetimeValue=1500&adSpend=1000&adCosts=500&labourCosts=200