

INFORME FINAL

NEGOCIO ELECTRÓNICO



ZESTA

María Fernández Márquez
Sergio Camacho Marín
Katia Moreno Berrocal
Elena Santiago Cortés

ÍNDICE

Idea de negocio	5
Rasgos generales de la aplicación:	5
Descripción comercial	5
Misión-visión: ¿Por qué deberían usar los locales nuestra aplicación?	6
Misión-visión: ¿Por qué deberían usar los usuarios nuestra aplicación?	7
Descripción técnica	9
Metodología de desarrollo	9
Tecnologías	9
Análisis DAFO	11
Objetivos	11
Análisis externo	11
Oportunidades	11
Amenazas	11
Análisis interno	12
Fortalezas	12
Debilidades	12
Confección de la matriz DAFO	12
Determinación de las estrategias a desarrollar y de los indicadores de éxito	15
Evaluación del mercado	15
Investigación de mercado	15
Análisis del entorno	15
Plan estratégico de negocio	16
Arranque	16
Sostenibilidad	17
Número mínimo de usuarios	17
Supervivencia	17
Competencia sobrevenida:	17
Falta de evolución	18
Resolución de incidentes	18
Cambios externos	18
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION	19
¿Por qué es importante el posicionamiento web para mi recién creado sitio de negocio electrónico?	19
Plan de acción a ejecutar	19
FINANCIACIÓN	22
Costes Fijos	22
Impuestos	22

Salario	23
Servicios externos	23
Material de oficina	23
Software	23
Para el desarrollo de nuestra aplicación utilizaremos wordpress:	23
Para el hospedaje de nuestra web	24
Para el modelado del proyecto	24
Para las comunicaciones de empresas	25
Para la organización del proyecto:	25
Costes Variables	25
Costes Totales	25
Desglose de los gastos	26
MONETIZACIÓN	29
Modelo	29
Objetivo	30
Distribución de la financiación	30
Plazos	31
WEB PARA INVERSORES	31
CIBERSEGURIDAD	32
Análisis de requisitos de ciberseguridad	32
Integridad	32
Confidencialidad	32
Disponibilidad	32
No repudio	33
Autenticación	33
Soluciones elegidas	35
Impacto en nuestro sistema	37
Consecuencias tras un ataque:	37
Consecuencias de implementar políticas de seguridad:	38
Plan de cumplimiento de obligaciones legales: Requisitos legales de seguridad (RGPD)	39
PAGOS ELECTRÓNICOS	40
Importancia/necesidad de que nuestro negocio electrónico haga uso de los métodos de pago electrónico.	40
Métodos de pago	43
Tarjeta de débito	43
Tarjeta de crédito	43
PayPal	43
Pago en efectivo	43
Ventajas e inconvenientes de los métodos elegidos.	44
Ventajas	44

Inconvenientes	44
Impacto estimado de los métodos elegidos sobre nuestro negocio electrónico	45
Gobierno electrónico	46
Objetivos	46
Regulación	46
Servicios a Integrar	47
Grado de Integración	47
Plan	48
Acciones a desarrollar para la integración	48
Integración del pago de impuesto	48
Integración de la contratación online	48
Evaluación	49
Plan de evaluación de la consecución de objetivos	49
Regulación	50
Documento de términos y condiciones de servicio	50
Descargo de responsabilidad	52
Licencia/Contrato de Usuario	54
Nota Legal	57

Idea de negocio

Queremos crear un Marketplace a nivel local. Este marketplace pretende suprimir/eliminar intermediarios entre vendedores y compradores locales, además de promover la venta del producto cercano ecológico y artesanal.

Nuestro proyecto utilizará varios apartados con las distintas tiendas.

Rasgos generales de la aplicación:

- Las tiendas serán expuestas dependiendo de la localización del comprador eligiendo una distancia acorde.
- Existirán categorías dentro de las que se encontrarán las tiendas atendiendo al producto que proporcionen.
- Habrá perfiles de compradores (sin tienda) y de vendedores (con tienda). Un vendedor también puede comprar otros productos.
- Existirá un escaparate virtual o perfil donde cada tienda podrá exponer sus mejores productos, su eslogan... (posiblemente por medio de plug ins).
- Tendrá un carrito y/o lista de deseos para ir añadiendo las compras de diferentes apartados que se quieran realizar.
- Cada tienda podrá elegir el método de la obtención del producto: reparto a domicilio y/o recogida en tienda - siendo el negocio el encargado de hacer frente a los costes asociados a la contratación del repartidor en caso de contar con este servicio.
- En el perfil de comprador, cada usuario podrá tener una lista de sus tiendas favoritas por medio de la cual se le ofrecerán sugerencias de tiendas cercanas a su ubicación.
- Tendrá pop-ups sobre productos que le pueden interesar también tras añadir un artículo al carrito de compra.
- Notificaciones de ofertas. Dichas ofertas serán elegidas por parte del vendedor. En ningún momento la aplicación obligará a poner ofertas sobre productos.
- Apartado de valoraciones de tiendas y el personal de éstas, serán los propios usuarios quienes valoren a través de estrellas y dejen en el apartado de comentario sus opiniones respecto al sitio.

Descripción comercial

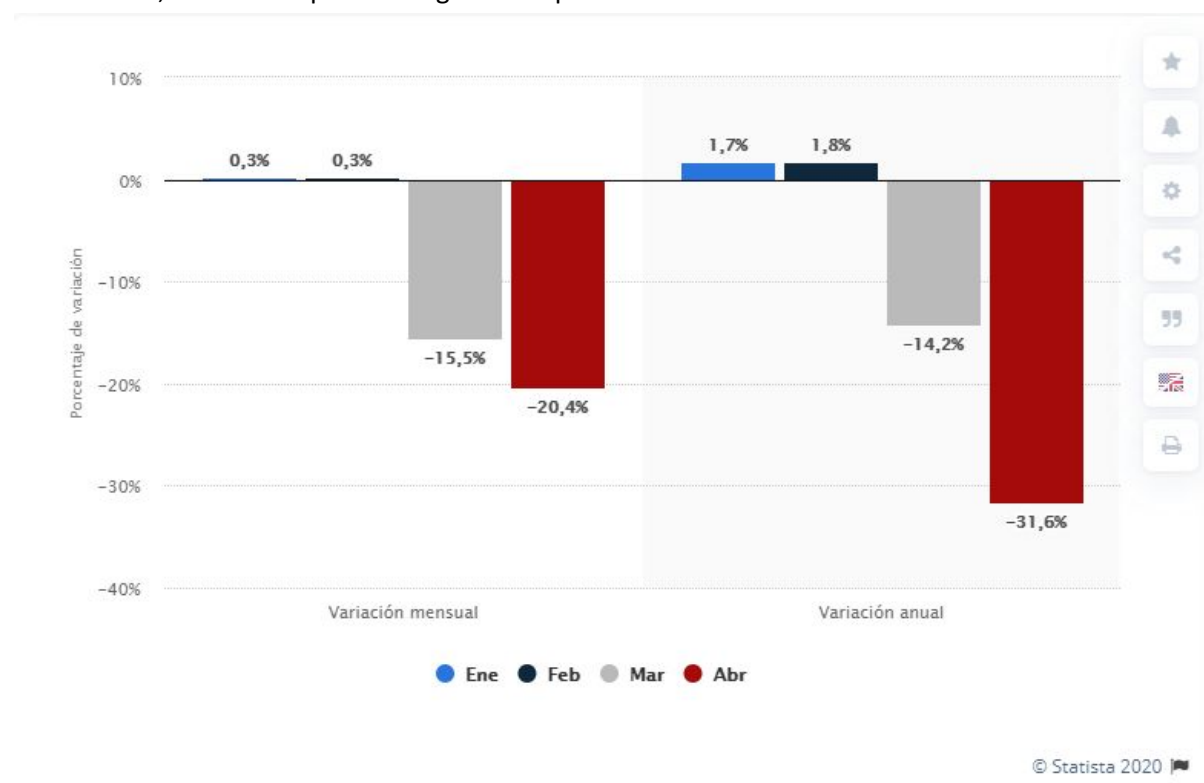
Misión-visión: ¿Por qué deberían usar los locales nuestra aplicación?

Cada vez los negocios electrónicos son más utilizados por usuarios con perfiles muy diferenciados. Actualmente las aplicaciones de servicios de compra/venta suelen tener el monopolio en grandes multinacionales (Worten, Corte Inglés, Amazon, etc) excluyendo a los vendedores minoristas (tiendas de barrio).

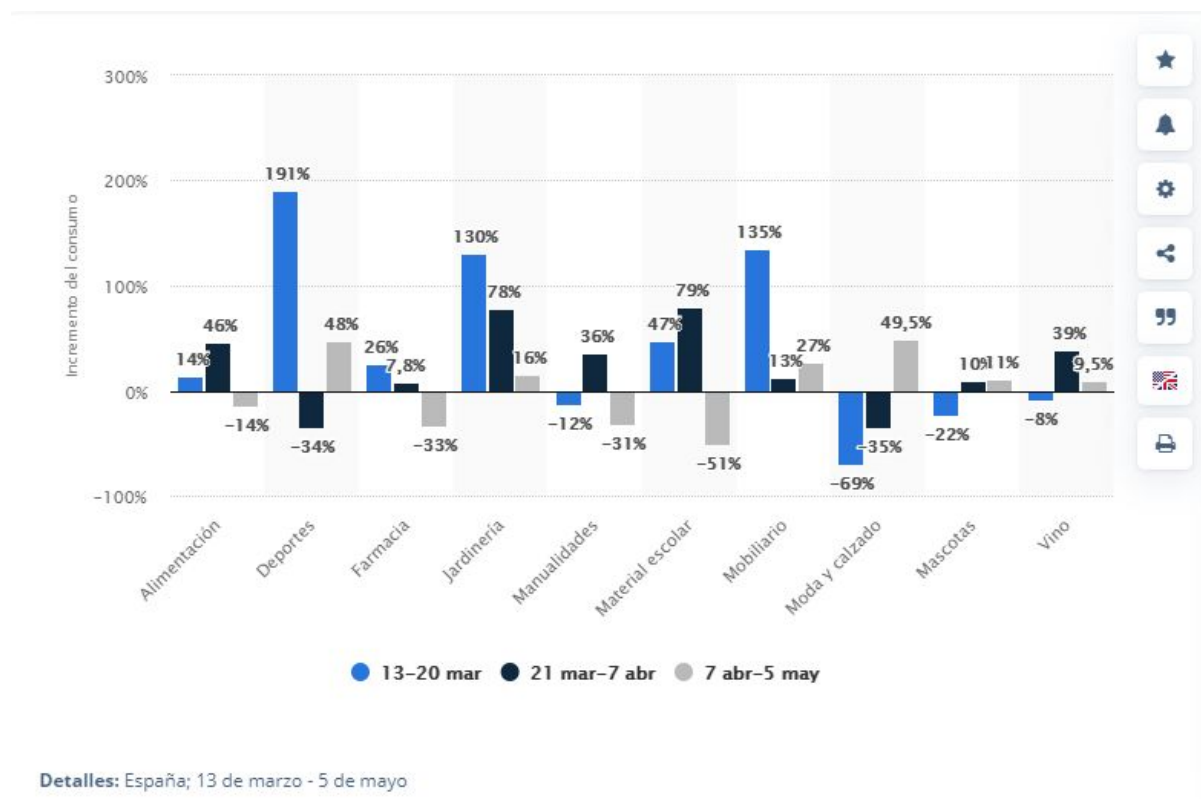
El despliegue de un negocio electrónico suele ser costoso para empresas que no tengan un gran capital: contratar a un programador o agencia para la creación de la página web, pagar servidores web, mantenimiento del dominio, problemas con la aplicación que puede suponer un sobre coste, etcétera.

El uso de nuestra aplicación reduce significativamente el coste asociado a la puesta en marcha de un negocio electrónico. También proporcionamos un servicio de atención al consumidor para resolver las dudas que puedan surgir, facilitando aún más la creación del comercio.

Como muestra la siguiente gráfica, el negocio local decrementó en 2020 un 31,6% con respecto al año anterior, debido a la pandemia generada por el covid-19.



El negocio electrónico aumentó considerablemente en los sectores que están fuertemente ligados a los negocios locales, esto conlleva una mayor probabilidad de que el negocio obtenga mayores beneficios al promocionarse a través de nuestra plataforma.



Nuestro modelo de negocio se financia gracias a las comisiones que cobramos tras cada pedido realizado. La comisión que se aplicaría sería la siguiente:

PEDIDO	PORCENTAJE
menor de 10€	10%
entre 10€ y 50€	7%
a partir de 50€	5%

El local tiene la opción de promocionarse. Ésto quiere decir que aparecería por encima de los otros negocios en el buscador a pesar de no ser el negocio más cercano a la casa del usuario.

Misión-visión: ¿Por qué deberían usar los usuarios nuestra aplicación?

Una de las principales razones por la que el consumidor utiliza el negocio electrónico es la comodidad que éste ofrece. Ahorran en tiempo de desplazamiento y suelen encontrar ofertas en los productos que necesitan.

Otro factor determinante para el cliente es la disponibilidad de 24 horas. El catálogo está disponible siempre y aunque realice el pedido a las 3 de la madrugada, se tramitará a la mañana siguiente sin necesidad de que el comprador esté atento de cuando abra la tienda o no.

La gran variedad de tiendas que dispone el usuario es un incentivo del uso de la aplicación. Si por algún casual necesita un producto determinado y no termina de convencerle la tienda seleccionada, podrá elegir otra en la que comprar otro de características similares.

Otra gran ventaja para los clientes sería la oportunidad de obtener y consumir productos de mayor calidad, ya que la mayoría de los productos locales son ecológicos, haciendo que los clientes lleven una dieta más saludable, si hablamos del sector alimenticio, y por lo tanto una mayor calidad de vida, ésto hace también que aumente la satisfacción de la gente y quieran seguir usando y recomendando nuestra aplicación.

Descripción técnica

En este apartado describiremos las especificaciones técnicas relacionadas con el software y hardware de la empresa.

Metodología de desarrollo

Zesta se trata de un proyecto algo complejo y con requisitos posiblemente cambiantes. La mejor metodología que se adapta a esta situación son las ágiles.

Dentro de este tipo de metodologías, hemos decidido implementar SCRUM en nuestro proyecto por las siguientes razones:

1. La necesidad constante de recibir feedback del avance del proyecto.
2. La facilidad de implementar la metodología en una empresa.
3. Disponemos de muchísimas herramientas (software) que nos apoyan con scrum (ej. Taiga, Asana, etc).
4. El proyecto se dividirá en diversos sprints con pequeñas metas que conseguir. Es ideal cuando no tenemos claro el camino que seguir desde el principio.

Así mismo, también trabajaremos a raíz de un prototipo que desarrollaremos posteriormente. El desarrollo mediante prototipos nos ayuda a visualizar la idea y cambiarla según veamos fallos.

Tecnologías

Las tecnologías informáticas que usaremos serán las siguientes:

1. Para el desarrollo de la aplicación utilizaremos un CMS (Wordpress) en primer momento y posteriormente cuando la aplicación empiece a dar resultados, optamos por software a medida.
 - a. Razones de usar wordpress:
 - i. Disponibilidad de diversos plugins que ya están programados y probados.
 - ii. El precio de los plug-ins es bastante reducido.
 - iii. La implementación de medidas SEO en Wordpress cuenta con mucho respaldo por la comunidad, pudiendo hacer medidas más avanzadas.
 - iv. Es muy rápido crear una aplicación en wordpress.
 - v. No se requiere de mucho conocimiento en informática.
 - vi. Servidores con preinstalación de wordpress.
 - vii. Si la idea no llegara a avanzar, el dinero invertido en un CMS sería mucho inferior que al software a medida.
 - b. Razones para cambiar a un software a medida posteriormente:
 - i. Wordpress es una herramienta potentísima, pero no siempre se adapta lo mejor posible a las necesidades.
 - ii. Con el software a medida podemos ajustarnos muchísimo mejor a los requisitos iniciales.
 - iii. Disponemos de un control absoluto de la web y su arquitectura.

- iv. Muchas veces wordpress realiza malas prácticas respecto al SEO de la web, cosa que podemos evitar con una web a medida.

2. Para hospedar la web:

- a. Cuando esté el CMS en activo utilizaremos web empresas.
 - i. Se trata de uno de los mayores proveedores de hosting a nivel español para wordpress.
 - ii. Dispone de un servicio de atención al cliente instantáneo que puede solventar dudas.
 - iii. Realiza copias de seguridad de la web periódicamente (cada día y semanal).
 - iv. Dispone de un servicio de recuperación en caso de fallo.
- b. Cuando esté el software a medida activo utilizaremos Amazon Web Services.
 - i. Mayor proveedor mundial de hosting.
 - ii. Dispone de diversos planes a medida para ajustarnos lo máximo posible.
 - iii. Servicio de atención al cliente al instante.
 - iv. Uno de los mejores precios del mercado.
 - v. Máxima flexibilidad a la hora de elegir cuán periódicamente se realizan las copias de seguridad.

3. Para el modelado del proyecto:

- a. MagicDraw: herramienta indispensable para realizar el apartado lógico del proyecto. Se encarga tanto de realizar el modelo relacional donde hospedamos los datos hasta la descripción de la sucesión de funciones con las que puede interactuar un usuario para realizar cualquier operación.
- b. Balsamiq: es una herramienta muy potente que nos permite hacer prototipos para darnos una idea de cómo va a ser el proyecto. También nos ayuda a realizar el apartado gráfico y cambiarlo de forma muy fácil hasta que estemos de acuerdo con alguna versión. Es más rápido que ir sobreescribiendo código.
- c. Bizagi: nos permite analizar los procesos de negocio para saber donde debemos implementar sistemas de información para agilizar dichos procesos.
- d. Tableau: una vez implementada la aplicación deberemos analizar los datos para mejorar el rendimiento.

4. Para las comunicaciones de la empresa:

- a. Usaremos Google Suite por las siguiente aplicaciones:
 - i. Gmail con nuestra propia extensión _____@zesta.com que va asociado a nuestro dominio.
 - ii. Espacio de de Google Drive Ilimitado.
 - iii. Acceso ilimitado a Google Meets.
 - iv. Acceso a Calendar con la cuenta empresarial para concertar días de asuntos propios, reuniones, etc.

5. Para la organización del proyecto:

- a. Microsoft project: nos permite realizar diagramas para el cálculo del tiempo crítico. Esta aplicación la utilizaremos junto con Taiga para realizar los sprints de 1 a 3/4 semanas.

Análisis DAFO

Objetivos

promocionar los negocios locales (sin negocio electrónico) mediante el uso de nuestra aplicación aumentando sus ventas, expandir los negocios de barrio a más clientes y eliminar o reducir la importancia del intermediario de forma que un vendedor local y sus clientes se puedan permitir ahorrar costes.

Análisis externo

Oportunidades

Las oportunidades que nos ofrece el entorno son:

1. La inexistencia de una plataforma enfocada al ámbito de negocios locales.
2. La problemática vigente en la que los intermediarios cobran precios exagerados por sus servicios, incrementando los precios de los productos y haciendo que los vendedores pierdan rentabilidad.
3. El auge del negocio electrónico.
4. El apogeo de los influencers en redes sociales.

Amenazas

1. La falta de confianza en una aplicación recién sacada al mercado. Muchos de nuestros usuarios abrirán su primera tienda con nosotros o no estarán acostumbrados a utilizar internet y a realizar pagos electrónicos.
2. Darnos a conocer sería un handicap. Hasta que no nos conozcan será muy difícil que cuenten con nosotros para comprar y promocionar los productos.
3. Adaptarse a la aplicación puede ser un escalón. Una interfaz agradable y sencilla a la vista puede reducir este riesgo.
4. La idea puede ser llamativa y surgir nuevos competidores de aplicaciones ya conocidas como, por ejemplo: Uber, Just Eat, Amazon, Ebay y Glovo.

Análisis interno

Fortalezas

1. Esta solución no está implementada o bien explotada y/o extendida actualmente.
2. Requiere de una inversión inicial pequeña.
3. Es bastante sencilla de implementar tanto en el móvil como en la web.
4. Nuestro equipo está formado por ingenieros con conocimientos en muchas ramas. Conocemos bastante bien como modelar un proyecto y realizar la puesta en marcha de éste.
5. A diferencia de nuestros competidores, nuestra aplicación puede vender productos diferentes que no están presentes en las demás.

Debilidades

1. Es la primera vez que desarrollamos una aplicación de esta índole.
2. Si nuestra idea es llamativa y muy buena, puede ser posible que una empresa más grande que nosotros plagie nuestra idea antes de que despeguemos.

Confección de la matriz DAFO

Dado el análisis externo e interno realizado, procederemos a la confección de la matriz enfrentando fortalezas con debilidades y oportunidades con amenazas. Dado que hemos desarrollado bastantes puntos y no caben en la matriz, los hemos descrito a continuación.

	Positivo	Negativo
Análisis interno	Estrategias defensivas (fortalezas)	Estrategias ofensivas (debilidades)
Análisis externo	Estrategias de supervivencia ((oportunidades)	Estrategias de reorientación (amenazas)

Estrategias defensivas (fortalezas) / Estrategias ofensivas (debilidades):

1. Fortaleza:

Esta solución no está implementada o bien explotada y/o extendida actualmente. La idea del ecommerce local es inexistente o todavía no es conocida.

Debilidad:

- ❖ Al ser desconocida, no podemos basarnos en ningún proyecto software ya existente.
- ❖ No hay mucha documentación para estimar gastos y tiempos necesarios.

2. Fortaleza:

Requiere de una inversión inicial pequeña. El bajo coste inicial para comenzar la aplicación nos ayudará a no perder mucho dinero si la aplicación no consigue despegar.

Debilidad:

- ❖ Al ser una inversión pequeña, podemos pecar de simpleza y no podremos permitirnos ser demasiado ambiciosos en gastos.
- ❖ Los inversores podrían no tomarnos en serio o creer que no es un proyecto serio.

3. Fortaleza:

Es bastante sencilla de implementar tanto en el móvil como en la web: esto ayudará a que no tengamos muchas complicaciones ni retrasos respecto a la entrega.

Debilidad:

- ❖ Partiremos de una implementación básica y sencilla.
- ❖ Hay funcionalidades que pueden faltarle a la aplicación para generar interés.

4. Fortaleza:

Nuestro equipo está formado por ingenieros: Conocemos bastante bien como modelar un proyecto y realizar la puesta en marcha de éste.

Debilidad:

- ❖ A pesar de ser ingenieros, se trata del primer proyecto que desarrollamos y por tanto, será común que cometamos diversos errores.
- ❖ Perderemos tiempo arreglando los errores y, por tanto, el tiempo de entrega del proyecto se verá afectado.

5. Fortaleza:

A diferencia de nuestros competidores, nuestra aplicación puede vender productos diferentes que no están presentes en las demás.

Debilidad:

- ❖ Los productos que vendemos, al ser artesanales, pueden no resultar tan atractivos como los ofrecidos en otras aplicaciones (comida rápida, ropa de marca, etcétera).

Estrategias de supervivencia (oportunidades)/Estrategias de reorientación(amenazas):

1. Oportunidad:

Al ser pioneros, tendríamos el monopolio de los comercios autóctonos que se quieran promocionar a través de internet.

Amenazas:

- ❖ Al ser pionero una de las amenazas será transmitir la confianza necesaria hacia los clientes, debido a que es una idea nueva en el mercado.
- ❖ Dar a conocer una idea nueva suele ser complicado.
- ❖ La idea puede ser plagiada por otros competidores.

2. Oportunidad:

Los vendedores preferirán hacer uso de nuestra aplicación, ya que para ellos supondría un gasto menor y, por tanto, un mayor beneficio económico para ellos, asegurando así el uso de nuestra plataforma.

Amenazas:

- ❖ Como somos una empresa desconocida a los vendedores les costará confiar en nosotros para llevar su modelo a plataforma digital, aunque su coste sea menor que con otras empresas.
- ❖ Los vendedores (que son los que harán uso de la plataforma para dar a conocer sus productos) pueden preferir vender sus productos a la competencia ya que ésta es conocida.

3. Oportunidad:

Hacer una aplicación similar a las ya disponibles para que sea intuitiva y fácil de usar por los usuarios, ya que los usuarios estarán familiarizados y tendrá una mayor acogida por éstos.

Amenazas:

- ❖ Si la aplicación es muy similar podría promocionar otras aplicaciones de competidores y/o hacer que nuestra aplicación no sea muy llamativa.

4. Oportunidad:

Cada vez son más personas las que siguen las tendencias impuestas por algún influencer en una red social. Al publicitar la idea a través de un influencer nos damos a conocer a un gran público y aseguramos que ésta sea utilizada.

Amenazas:

- ❖ El arranque de la aplicación será medianamente lento debido a que pasará cierto tiempo entre la auge de uso desde el lanzamiento hasta la publicidad y puede causar un estancamiento sin que llegue a salir al mercado.
- ❖ Otras empresas más famosas podrían cercar el uso de la aplicación mediante estrategias competitivas y creación de una app de mayor interés.

Determinación de las estrategias a desarrollar y de los indicadores de éxito

- Número de descargas de la aplicación.
- Número de usuarios activos.
- Número de tiendas activas.
- Número de pedidos.
- Número de publicaciones compartidas en nuestras redes sociales.
- Número de carritos abandonados.
- Valor medio de la compra.
- Ratio de conversión.

Evaluación del mercado

Investigación de mercado

Existen algunas plataformas como [Etsy](#) o [Shopify](#) que ofrecen a los clientes productos artesanales o bien recursos para crear una tienda propia, pero no están enfocadas a vender productos de barrio más específicos, como gastronómicos. Se trataría de una competencia indirecta.

Es posible que alguno de nuestros clientes se haya planteado en alguna ocasión crearse una web propia por medio de plataformas como [Wix](#) o contratando a un especialista, lo que implicaría gastos mayores o peor posicionamiento web que utilizar nuestra plataforma.

Aún así, vemos poco probable que estas aplicaciones sean igual de competitivas que la que nosotros proponemos sacar al mercado.

Análisis del entorno

- Variables políticas: Aunque recientemente se ha estipulado una ley que prohíbe a un mayorista comprar un producto por debajo de costes de producción (con la excepción de productos próximos a caducar), aún queda mucho por regular. Sin embargo, la compraventa por medio de internet no presenta más restricciones que la declaración de la tasa de autónomos nacional por parte del vendedor, la cual, en ocasiones, disminuye la rentabilidad de los productos por encima de lo razonable.
- Variables económicas: los empresarios que deseen vender productos sobre nuestra aplicación no deberán abonar nada más. Solamente bastaría con su tasa de autónomo (impuesto que pagan independientemente de que estén dados de alta en la aplicación). Nosotros como empresa electrónica, tendremos que abonar la parte correspondiente por realizar el ejercicio.
- Variables tecnológicas: la población día a día tiene más acceso a tecnologías, haciendo posible la implantación de nuestro modelo de negocio dentro de nuestro país. Según RTVE en un [artículo](#), afirma que el 91,4% de los españoles tienen acceso a internet en sus hogares. Además, el 80,9% de los españoles entre 16 y 74 años dispone de un dispositivo (tablet, ordenador portátil o sobremesa). A parte, otro factor determinante es que Europa obliga a

España a hacer una regeneración tecnológica debido a la inyección de eurobonos según el [artículo](#) de El País.

- Variables legales: es necesario disponer de un control parental para el uso de la aplicación por parte de menores. Por otra lado, se debe aceptar unos términos de condición de uso y la licencia de tratamiento de datos personales, debido a que se deberán utilizar ciertos datos para el contacto entre local y cliente. Tendrá que cumplir la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos) y la LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información). Las cookies serán utilizadas para el ámbito de la aplicación, así como proporcionar un mejor servicio al usuario.

Plan estratégico de negocio

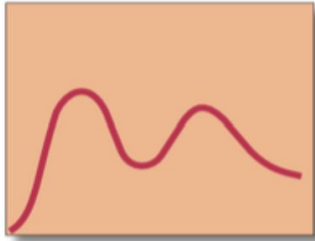
Arranque

1. Masa crítica y rentabilidad: Sabiendo que en España, país de 47 millones habitantes, hay casi 40 millones de móviles, tendremos que en estas áreas debe haber sobre 6.750.000 potenciales usuarios y de los cuales debemos tener en torno a 150.000 usuarios activos. Nos basamos en las estadísticas de Glovo en su primer año.
2. Integración: vamos a contactar con influencers y personalidades con las que se pueda acordar una promoción cruzada. Así mismo cuando necesitemos realizar campañas de marketing nos pondremos en contacto con agencias de Marketing conocidas como WindUp o con un freelance consultor en campañas de Marketing. Finalmente, la gestoría será la encargada del pago de los salarios. Cuando un trabajador tenga que marchar de la empresa, avisaremos a la gestoría para que realice las acciones pertinentes.
3. Tipo de arranque: comenzaremos con un arranque principalmente suave por encima de ser multi-etapa, ya que por medio de las opiniones de nuestros usuarios podremos actualizar, corregir y mejorar nuestra aplicación.

Sostenibilidad

- Modelos con caducidad:

Inicialmente pretendemos que nuestro producto tenga un ciclo de vida “ciclo-reciclo”, con relanzamientos y ofertas especiales por medio de eventos que se llevarán a cabo cada cierto tiempo para evitar la mortalidad infantil del negocio, aunque el ciclo resultante tras el lanzamiento de la plataforma nos sea desconocido.



- Abandono:

La aplicación tendrá una rentabilidad de vista a futuro de 5 años para la obtención de beneficios, en caso contrario se plantean métodos o planes de rentabilización de la aplicación.

- Adaptación al entorno:

Nuestra aplicación deberá ofrecer un enfoque progresivo, que se adapte a las necesidades de los clientes y se amolde a las nuevas ofertas y demandas que ofrezca el mercado.

Hoy día son muy comunes las oleadas de nuevas modas que se llevan a cabo en breves períodos de tiempo, haciendo que los gustos en personas jóvenes sean muy cambiantes, por ello nuestra aplicación deberá estar “a la última” en el diseño de la aplicación para que siempre sea atractiva.

- Número mínimo de usuarios

Necesitaríamos un número mínimo de clientes que, con cuatro trabajadores, nos generen por medio de sus ventas (además de los beneficios) unos 8000€ mínimos (equivalentes a más de 15000 ventas con precio inferior a 10€ y unas 3000 mínimas si el precio va de 10 a 50€ y por debajo de esta cifra si las compras son superiores a 50€). A pesar de esto, con costes mínimos podríamos abaratar estos 8000€ a 5000.

Supervivencia

- Competencia sobrevenida:

La competencia sobrevenida (Just Eat, Uber, Amazon, Glovo, Ebay y Etsy) es parcial debido a que esta competencia no cubre la totalidad de los productos de nuestra aplicación.

- Falta de evolución

- La esencia de la aplicación en sí no cambiará. Lo único que puede variar es el apartado gráfico, pero el marketplace no cambiará.
- Expandir la aplicación a otros países, vender la idea a distintos países para que ellos usen nuestra plataforma adaptada a su territorio y a los productos locales que éste pueda ofrecer.

- Resolución de incidentes

- Para evitar incidentes relacionados con la sostenibilidad de la plataforma nuestra aplicación contará con hostings, que serán los encargados de proporcionar apoyo técnico 24/7.

- Cambios externos

Los cambios extremos que podemos experimentar en en nuestro negocio serían los siguientes:

- Una nueva pandemia: la cual tengamos un nuevo auge de nuestro negocio y debamos contratar nuevos servidores.
- Cambio radical de los consumidores: en cierto momento los clientes pueden cambiar de opinión sobre un producto en masa dejando de lado, los negocios que promocionamos. Ej: boicot contra negocios extranjeros.
- Cambio del modelo de negocio electrónico tal y como lo conocemos. Ej. una nueva tecnología que pida cosas mediante otras plataformas dejando de lado el método tradicional.
- Para evitar incidentes por bajas/vacaciones de trabajadores en momentos críticos, contaremos con convenios con empresas externas para contratar a programadores.
- Dispondremos de diversas copias de seguridad en dispositivos distintos y separados para evitar perder los datos en caso de catástrofe natural.
- Crearemos un protocolo de adaptación al teletrabajo en caso de pandemia.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

¿Por qué es importante el posicionamiento web para mi recién creado sitio de negocio electrónico?

El posicionamiento de una página web para determinadas consultas que los usuarios hagan a través de los motores de búsqueda (como Google) está directamente relacionado con el número de sesiones que reciba nuestra web por este medio. A mejor posicionamiento y más alto están nuestras páginas en los resultados de búsqueda más clics obtendremos, más conocido será nuestro producto/servicio y tendremos más posibilidades de generar conversiones.

En un [estudio realizado por Sistrix](#), una de las empresas de software SEO más importantes del mundo, se reflejaba que:

- La tasa media de clics (CTR) en la primera posición de Google es del 28,5%.
- A partir de ahí el CTR cae bruscamente: en la segunda posición es sólo del 15,7%, en la tercera del 11,0%.
- Los usuarios que hacen clic en el décimo resultado solo representan un promedio del 2,5%.

De esta forma, que nuestra página web esté en las primeras posiciones para búsquedas que contengan palabras clave relacionadas con nuestro negocio, será imprescindible. De otra forma nuestra web apenas tendrá visibilidad.

Plan de acción a ejecutar

- Asegurarnos de que el código de nuestra página web esté optimizada y sea atractiva para los crawlers, de tal manera que puedan rastrear, identificar e indexar el código de manera correcta. Para esto reduciremos el uso de JavaScript, ya que Google presenta problemas para renderizarlo e indexar su contenido.
- Mantendremos indexadas únicamente las páginas web que nos interesa que Google pueda rastrear y posicionar mediante la directriz index a través de una etiqueta que indicaremos en la cabecera de cada una de estas páginas. Para eliminar de los resultados de búsqueda las páginas que no queremos que se posicionen, lo haremos mediante la directriz no-index, de nuevo con una etiqueta.
- Realizaremos una búsqueda de palabras clave para utilizarlas de cara a optimizar tanto el contenido como las diferentes etiquetas y meta-etiquetas de nuestra página web. Para ello haremos uso de herramientas gratuitas como [Ubersuggest](#), [Answer The Public](#) o [Keyword Tool](#), que además nos indican aproximadamente cuántas veces se realizan esas búsquedas al menos.

- Implementación de las palabras clave en el contenido de la página web, desde los encabezados H1, H2, H3 al propio cuerpo de texto, siguiendo una estructura lógica del contenido que aporte valor y calidad al usuario lector, mientras seguimos las directrices de Google para no caer en penalizaciones por [Keyword Stuffing](#). A su vez, también se introducirán las palabras clave en las meta etiquetas de título y descripción, respetando la longitud máxima de píxeles que Google.
- Mejorar la velocidad de carga de la página web, primero mediante el análisis de la misma con herramientas especializadas como [GTmetrix](#), [PageSpeed Insights](#) y [Pingdom](#), para a continuación seguir sus indicaciones y directrices. Desde la reducción del código HTML, a la optimización del peso, tamaño de todas las imágenes de la web, optimización del css y js, la actualización de la versión de PHP, y configurar el servicio de recursos externos a través de CDNs.
Debemos probar distintas maquetaciones de la página para ver cual es más óptima en tiempo de carga [Google Tag Manager](#).
- Optimización de los archivos robots.txt y sitemap.xml para favorecer una correcta indexación y rastreo de los contenidos de la página web.

Ejemplo de optimización de robots.txt

- Indicar a los crawlers (en robots.txt) que no accedan al login para evitar que el robot rastree el panel de control de la web.
 - Deshabilitar las cookies, para evitar que los crawlers de Google malgasten tiempo en rastrear páginas que no nos interesan y que no gozan de enlaces internos de relevancia.
 - Indicar el Sitemap: <https://www.zesta.com/sitemap.xml> en el robots.txt (para que Google localice con mayor facilidad dicho archivo).
 - Denegamos la entrada a bots/crawlers malignos. Dichos crawlers suelen usarse para replicar páginas mediante el contenido de otras.
- Envío de notas de prensa a medios locales, provinciales y nacionales para hacer eco de nuestro innovador proyecto y conseguir enlaces externos de la máxima cantidad posible de páginas a nuestra web. Consiguiendo así autoridad en la medida de lo posible y procurando que el Anchor Text de dichos enlaces coincida total o parcialmente con las palabras clave que nos interesa posicionar. Si esto no surtiera efecto recurriremos a páginas especializadas de artículos y noticias especializadas como [Prensarank](#) y [Publisuites](#).
(Fuente: <https://www.publisuites.com/blog/que-es-anchor-text/>)
 - Creación de un blog de contenido interesante al usuario en el cual crearemos posts con temas relacionados con nuestro proyecto. En dichos artículos, incluiremos palabras claves con artículos que sabemos que, en ese momento concreto, se venden con relativa facilidad.
 - A continuación indicamos una pequeña búsqueda de palabras clave donde se muestra una aproximación de las consultas que realizan los usuarios en Google y el número de veces que estas consultas son realizadas al mes a nivel nacional.

- comprar comida online (4.400).
- hacer la compra online (2.400).
- hacer la compra por internet (320).
- comida online barata (40).
- comprar comida barata online (50).

FINANCIACIÓN

Costes Fijos

Impuestos

Sociedad limitada:

- Obtener la certificación negativa de la denominación social. La obtención de dicho certificado son unos 16€ aproximadamente.
- Aportación del capital social a una cuenta corriente de una entidad financiera. La aportación mínima al capital social son 3000€.
- Tramitación con registro mercantil, registro de autónomos, gastos de asesoramiento y gestión saldrán por unos 100€, además del coste por los trámites con el registro mercantil que rondan los 40€.
- Firma de la escritura de constitución ante el notario. Si realizamos la tramitación de SL a través de un punto PAE el coste del notario se sitúa alrededor de los 70€.
- Comprobación de la realización y constitución de la empresa.
- Registro final de la cuenta corriente con la entidad financiera.
 - Los costes si se realiza la constitución de la sociedad por un punto PAE (incluyendo trámites y procesos) son de 230€.

Por lo tanto tenemos que, empezar nuestra Sociedad Limitada tendrá un coste de 3456€ totales.

- Necesitamos que un empleado se dé de alta como autónomo. En nuestro caso es un autónomo societario, por tanto sería un total de: 364,23 euros al mes.
- IRPF: Nuestro negocio está acogido dentro de los negocios de la estimación objetiva debido a que se ingresarán el año inmediato anterior. No aplica.
- IVA: Debido a que nuestro producto como empresa deriva en un servicio, éste está sujeto al 21%
- Impuestos especiales y medioambientales: este tipo de impuestos no aplica a nuestra empresa.
- Retenciones: no se presentan ningún tipo de retención.

Salario

Salario de los programadores: según una página pionera en promocionar salarios medios, el sueldo de un programador es de 19.207€ brutos al año. Haciendo un total de 76.828€ para todos los programadores de nuestra empresa.

Seguros y seguridad social: la cotización por contingencias comunes es de un 4,70% del sueldo bruto. La cotización por formación, que supone un 0,10%. La cotización por desempleo es de un 1,55% para los contratos indefinidos o un 1,60% para los contratos temporales. Todo esto hace un total de 6,35% del sueldo bruto. Al tener 4 programadores, 3.611 € hay que pagar de seguridad social.

Total del salario: 81706.58€

Servicios externos

Marketing:

- Presupuesto para campañas de SEM: 2000€. Durante 6 meses para impulsar el proyecto.
- Presupuesto para una agencia de Marketing: 750 €. Durante 6 meses para impulsar el proyecto.

Gestoría: Para realizar una administración de los impuestos y servicios legales, tendremos una gestoría que aproximadamente supone un gasto de 350€/mes.

Total de servicios externos 6950€

Material de oficina

Tendremos que alquilar, junto con el local, una serie de máquinas (impresoras, fax, ordenadores, teléfonos) que permitan trabajar a nuestros empleados. Cada una, si damos por hecho precios estándares, costará 3500€.

Total de material de oficina 3500€

Software

Para el desarrollo de nuestra aplicación utilizaremos wordpress:

- El coste para ecommerce es de 45€ al mes (540€ anuales).
- El coste de registro de dominio al año es de 18€.
- Plugins adicionales:
 - yoast SEO premium para mejorar el SEO de la página web es de 89€
- Woocommerce (gratis)

- Wordpress cuenta como módulos de marketing para publicitar, puedes contratar directamente a una persona a través de upwork y el precio es variado, ya que va relacionado a un trabajador en concreto.
- A través de wordpress también podemos aceptar donaciones que nos ayuden a subvencionar nuestro proyecto.

Coste total para WordPress: 647 €

Para el hospedaje de nuestra web

- Inicialmente utilizaremos web empresas:
Dadas las características ofrecidas, contrataremos el plan xl ya que está diseñado para desarrolladores y es el más conveniente para nosotros.
El plan XL tiene un coste de 249€ al año, a esto debemos sumarle el iva, que en España es del 21% por lo que tendrá un coste final de 301.29€ anuales.
- Posteriormente trasladamos el hosting a amazon web services

Total coste hospedaje 301.29€ + aws

Para el modelado del proyecto

Magicdraw(para el modelo lógico):

Para saber el presupuesto de magic draw tuvimos que contactar al correo que nos proporcionan en la página web de magic draw(sales@nomagic.com), como no contestaron el correo decidimos buscar en una página alternativa a la oficial de magic draw, en ésta se nos decía que el precio por licencia era de 50€, teniendo en cuenta que somos 4 trabajadores, magicdraw tendrá un coste de 200€

Balsamiq(para el prototipado):

El coste de balsamiq es de 89€ por persona, como en este proyecto somos 4 personas(en principio) el coste total sería de 356€

Bizagi(para analizar los procesos):

Bizagi se divide en 3,bizagi modeler: usaremos el plan de grupo de trabajo, el coste de éste es de 10€ por usuario, así que inicialmente sería 40€ mensuales.Tanto bizagi studio como bizagi automation son gratuitos.

Tableau (para análisis de datos):

Las licencias de tableau tendrán el siguiente coste:

Creator(4 licencias) 3360€ aprox

Tableau tendrá por tanto un coste total de 3360€ aproximadamente.

Total coste para el modelado 3956€

Para las comunicaciones de empresas

Usaremos Google suite, el plan business standard es de 9.36€ por usuario al mes(suponiendo que inicialmente somos 4) sería 37.44 € al mes, lo que supone un coste de 449.28€ anuales

Total coste para comunicaciones 449.28€

Para la organización del proyecto:

Usaremos microsoft project, que tiene un precio por mes y por usuario son 46,40€ , seremos 4 usuarios, lo que supone un coste de 185.6€ al mes y por tanto 2227.2€ anuales

Total coste para la organización 2227.2€

El coste total del software es de 6933.77 € anual

Costes Variables

Alquiler del local físico de la empresa:

Localización del establecimiento: el coste del local que vamos a alquilar es de 211€ al mes. Se trata de un coworking situado en el centro de Málaga. Sería en [oficinas 10](#).

Costes de luz:

- Los costes relacionados con la consumición de luz del establecimiento son de 80€ mensuales

Costes de agua:

- Los costes del agua serán de 80€ cada dos meses.

Gastos de envío de publicidad:

- El coste envío medio es de unos 9.44€

Total costes variables 4085.28€ anuales

Costes Totales

Total de costes fijos 105174.54 €

Total de costes variables 14842.45 €

3 meses de salarios (que vamos a descontarnos) 19207 €

Total: 92212.54 €

+ 10% de imprevistos.

Total a pedir en la campaña: 100.809,99€

Desglose de los gastos

TIPO COSTE FIJO	ESPECIFICACIÓN	DETALLES	€	%	Tiempo	Empleados	Totales línea / NOTAS
IMPUESTOS	Sociedad limitada	cert. negativa de la denominación social	16				
		aportación mínima al capital social	3000				
		Tramitación registro mercantil, de autónomos, asesoramiento y gestión	100				
		Trámites registro mercantil	40				
		Coste del notario	70				
		constitución de la sociedad por un punto PAE (+trámites y procesos)	230				
		TOTAL	3456				
	Autónomo societario		364.23				
	IRPF		0				
	IVA		0				
	Medioambientales		0				
	Retenciones		0				
	TOTAL		3820.23				
SALARIOS	Programadores	Un programador	19207			4	
		TOTAL	76828				
	Seguros y seguridad social	Contingencias comunes		4.70 %			3610.916
	Formación			0.10 %			76.828
	Desempleo			1.55			1190.834

				%			
	Contrato indefinido			1.60 %			1229.248
	TOTAL		82935.826	7.95 %			6107.826
SERV. EXT.	Marketing	SEM	2000				
		Agencia	750				
	Gestoría		350		12		4200
	TOTAL (ANUAL)		6950				
MAT. OFICINA	TOTAL		3500				
SOFTWARE	Wordpress	Ecommerce	45		12		540
		Dominio	18		1		
		Yoast SEO	89				
		TOTAL (ANUAL)	647				
	Hospedaje	Sin IVA	249				
		TOTAL (con IVA)	249				
	TOTAL (ANUAL)		896				
MODELADO	Magicdraw		50		1	4	200
	Balsamiq		89		1	4	356
	Bizagi (mensual)		10		12	4	480
	Tableau	Creator	3360		1		3360
	TOTAL (ANUAL)		4396				4396
COMUNIC.	Google Suite		9.36		12	4	449.28
	TOTAL (ANUAL)		449.28				
ORGANIZ.	Microsoft Project		46.4		12	4	2227.2
	TOTAL (ANUAL)		2227.2				
COSTES FIJOS			105174.536				

TIPO COSTE VARIABLE	ESPECIFICACIÓN	DETALLES	€	%	Tiempo	Unidades	Totales línea / NOTAS
Alquiler local	Luz		80		12		960
	Agua		80		6		480
	Imprevistos		105174.54	10%	1		10517.454
	Publicidad		9.44				
	TOTAL (ANUAL)		11957.454				
Modelo	Bajada interés						
	Lote de bolsas	Precio	0.22			2500	Para 25 recompensas
		Serigrafía	0.32				
		Costes técnicos	45				
	TOTAL		1395				
	Cajas envío		0.73			1000	Para 25 recompensas
	TOTAL		730				
	Cajas transporte		0.76			1000	Para 25 recompensas
	TOTAL		760				
COSTES VARIABLES			14842.454				

MONETIZACIÓN

Modelo

Nuestro negocio tendrá un modelo basado en donaciones y recompensas.

Teniendo en cuenta que nuestros potenciales clientes son propietarios de pequeños negocios, las recompensas que ofreceremos a nuestros inversores será las siguientes:

- **Publicidad:** publicaremos el contenido de nuestro inversor en la pantalla principal de nuestra plataforma durante un período de tiempo determinado (por ejemplo, un mes). El coste asociado por esta recompensa es de 0€.
- **Bajada de interés:** nuestro negocio se financiaba gracias a los intereses cobrados a nuestros clientes. Una forma de recompensar por lo tanto sería bajar el tipo de interés cobrados a éstos durante otro período de tiempo concreto (por ejemplo, 1 año). El coste asociado a esta recompensa depende de la facturación que realice dicha tienda.
- **Membresía:** otra forma de recompensarlos será ofrecerles membresía gratuita en nuestra aplicación por tiempo limitado. Esto supone que ocupará las primeras
- **Agradecimientos:** publicaremos en nuestra plataforma el nombre de todos los colaboradores que apoyaron económicamente el proyecto. Esta recompensa no supondría un coste extra.
- **Lote de bolsas de la empresa (100):** así ahorrarán en costes asociados en bolsas y es un bonito detalle.

Bolsa South Carrollton



Configure su producto	
✓ Color	multicolor
✓ Posición del logo	En un lateral
✓ Impresión	1-color, Serigrafía f, 19 ...
✓ Cantidad	2500
Con impresión: Entrega estimada el 23/11/20	
Puede cargar su logotipo en el carrito de compras	

COMPRAR AHORA
Recibirás un fotomontaje con tu logo
antes de iniciar la producción

desde **0,16 €**

Su precio

Precio del artículo	2500	x	0,22 €	550,00 €
Serigrafía f 1 color	2500	x	0,32 €	800,00 €
Costes técnicos	1	x	45,00 €	45,00 €
Importe total:				1.395,00 €
Precio unitario Incl. Impresión:				0,56 €
sin IVA 21%				
Shipping (ES) gratis				
solicitenos presupuesto para otro métodos de impresión				
<div><div></div><div>Comprar Ahora</div></div>				
<div><div></div><div>Comprar muestra SIN impresión</div></div>				
<div><div></div><div>Presupuesto + muestra virtual GRATIS</div></div>				

Compraremos un total de 2500 bolsas y si posteriormente necesitamos más bolsas, las compararemos según las necesidades. Esto daría un total de 25 recompensas.

- Cajas de envío: Con el logo de la empresa. El coste asociado a esta recompensa es de



Modelo de la caja.

Cantidad y precio

5000		0,73 € / unidad	3650,00 €
7500	Rebaja -8%	0,67 € / unidad	5025,00 €
11300	Rebaja -16%	0,61 € / unidad	6893,00 €

- Cajas para transporte: Se proporcionarán pequeñas maletas para los repartidores que se situarán en la parte trasera del vehículo.

Objetivo

- Pagar los costes de la empresa: sueldos a empleados, local, hosting...
- Promocionar la aplicación previamente a su lanzamiento: aunque no sea el objetivo principal, esperamos conseguir cierta visibilidad mediante la campaña de crowdfunding.
- Obtener perfiles claros de clientes potenciales.
- Conseguir una inversión inicial para el comienzo de desarrollo de la empresa.
- Podremos percibir la acogida de nuestro negocio en el mercado.

Distribución de la financiación

Recompensas:

- Todo cuenta -> 10 euros [Donación sin recompensa].
- Empleado -> 100 euros [Agradecimientos públicos en nuestra web].
- Director -> 200 euros [100 bolsas de la empresa + agradecimientos].
- Emprendedor -> 400 euros [200 bolsas de la empresa + 20 cajas + membresía + agradecimientos].
- Empresario -> 600 euros [300 bolsas de la empresa + 30 cajas + agradecimientos + publicidad de su comercio en nuestras campañas de SEM].
- Magnate -> 800 euros [400 bolsas + 40 cajas + agradecimientos + publicidad en portada].

Plazos

Dadas experiencias anteriores en campañas de crowdfunding, nuestro proyecto presentará un plazo máximo de recaudación de 3 meses.

Comenzaremos nuestra campaña en un día cualquiera de la semana, ya que según diversos estudios, las campañas más exitosas comienzan en un día normal de la semana puesto que así consiguen una mayor visibilidad, en cambio las que deciden comenzar en fines de semana como suele haber una mayor demanda son menos visibles y por tanto no suelen lograr alcanzar sus metas financieras.

Así mismo, realizaremos la campaña no con todo el groso del presupuesto, sino con 3 meses de los salarios de los trabajadores descontado los primeros 3 meses de salarios de los empleados.

WEB PARA INVERSORES

<https://zestanegocioelectr.wixsite.com/misitio>

CIBERSEGURIDAD

Análisis de requisitos de ciberseguridad

Lo más importante en cuanto a ciberseguridad se refiere es garantizar la integridad, la confidencialidad, la disponibilidad, no repudio y la autenticación de los usuarios.

Integridad

- ☐ RNFS 1: utilizar marcos de trabajo que previenen ataques XSS (Agujeros de seguridad típicos de las aplicaciones web).
- ☐ RNFS 2: validar los datos recibidos y vigilar constantemente la integridad de los datos que se devuelve nuestra app.
- ☐ RNFS 3: prevenir los ataques CSRF (Exploit malicioso de un sitio web en el que comandos no autorizados son transmitidos por un usuario en el cual el sitio web confía).
- ☐ RNFS 4: utilizar controles para evitar la posible fuga masiva de datos
- ☐ RNFS 5: analizar y comprobar siempre la entrada de datos al servidor.
- ☐ RNFS 6: encriptar los datos sensibles que se almacenan.

Confidencialidad

- ☐ RNFS 7: respaldar las conexiones autenticadas o que contengan información importante.
- ☐ RNFS 8: prevenir posibles referencias hacia objetos internos de la aplicación.
- ☐ RNFS 9: evadir mensajes cuyo contenido ayude a recopilar información sobre la plataforma e información de las configuraciones del servidor.
- ☐ RNFS 10: no conceder permisos de autorización más allá de los dados al inicio.
- ☐ RNFS 11: asegurar que la plataforma no tenga alguna vulnerabilidad conocida.
- ☐ RNFS 12: intentar no guardar los datos sensibles que no son necesarios
- ☐ RNFS 13: deshabilitar el almacenamiento en caché de datos sensibles.

Disponibilidad

- ☐ RNFS 14: analizar las posibles tecnologías a utilizar en el desarrollo.
- ☐ RNFS 15: realizar el desarrollo con tecnología segura.
- ☐ RNFS 16: cumplir los requisitos exclusivos de los límites de negocio de las aplicaciones.
- ☐ RNFS 17: controlar el receptor de escucha de las Bases de Datos(Integrity Listener Oracle).
- ☐ RNFS 18: asegurar que el servidor no envíe directrices o cabeceras de seguridad a los clientes.
- ☐ RNFS 19: actualizar la tecnología en base a configuraciones apropiadas y seguir un proceso de parches.
- ☐ RNFS 20: utilizar herramientas como GitHub para el control de versiones.

- ☐ RNFS 21: utilizar componentes seguros y fiables.
- ☐ RNFS 22: Según las características del cliente, analizar los riesgos y vulnerabilidades de sus exigencias.

No repudio

- ☐ RNFS 23: apoyarse en los protocolos de seguridad para la encriptación de los datos transitados.
- ☐ RNFS 24: detectar los mensajes intercambiados.
- ☐ RNFS 25: almacenar los mensajes intercambiados en ficheros logs y backups para poder consultarlos en un futuro.

Autenticación

- ☐ RNFS 26: mantener una política de contraseñas firme para evitar mantener credenciales inseguras.
- ☐ RNFS 27: definir mecanismos de autenticación personalizada para todos los usuarios del sistema, asemejándose a Windows.
- ☐ RNFS 28: evitar utilizar cuentas suministradas por defecto.
- ☐ RNFS 29: controlar ataques de fuerza bruta y ataques automatizados.
- ☐ RNFS 30: utilizar políticas de contraseña con corrección para evitar contraseñas débiles .
- ☐ RNFS 31: limitar el tiempo de respuesta cada vez que el usuario pretenda iniciar sesión, y esto sea incorrecto.
- ☐ RNFS 32: controlar el ciclo de vida de las contraseñas.
- ☐ RNFS 33: no permitir el acceso de un usuario estándar (no administrador) a modificar sus privilegios en la aplicación o los de otro usuario con su mismo rol.
- ☐ RNFS 34: cerrar automáticamente la sesión de un usuario cuando ha estado inactivo durante un cierto lapso de tiempo solo en la web.
- ☐ RNFS 35: destruir el ID de sesión luego de salir o cerrar el sistema

Riesgos/Vulnerabilidades	Requisitos que los solventan (RNFS)
Introducción de código malicioso	1, 2, 3, 4, 5
Extravío de Autenticación	26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
Exposición de datos sensibles	6,12,13
Pérdida de control de acceso	10, 16, 34
Configuración incorrecta de seguridad	14, 15, 18, 19, 21
Ataques de XSS	1, 2
Usar componentes con vulnerabilidades conocidas	18,19, 20, 21, 22

Soluciones elegidas

- ❑ RNFS 1: Evitar XSS
 - ❑ Utilizar frameworks seguros que modifican el contenido para prevenir XSS, como en Ruby 3.0 o React J
 - ❑ Validar todas las entradas controladas por el usuario, así como los parámetros GET y POST, los encabezados y las cookies. No se deben permitir caracteres HTML especiales. Cualquier carácter especial de HTML será codificado en el mismo lenguaje e interpretado por el navegador literalmente en lugar de como marcado HTML.
 - ❑ Aplicar codificación sensitiva al contexto, cuando se modifica el documento en el navegador del cliente, ayuda a prevenir XSS DOM.
 - ❑ Habilitar una Política de Seguridad de Contenido (CSP) supone una defensa profunda para la mitigación de vulnerabilidades XSS.
- ❑ RNFS 2: Validar datos e integridad
 - ❑ Realizar controles de cambios y utilización de bases de datos relacionales que impliquen un sistema de integridad de Datos como puede ser Oracle.
- ❑ RNFS 3: Evitar CSRF
 - ❑ Validaciones de token secretos consta en sí una solicitud no incluye dicho código o este no coincide con el valor esperado, el servidor rechazará la petición.
 - ❑ Comprobación de la cabecera HTTP referer y el doble envío de cookies, para concertar que vienen desde un sitio determinado y seguro.
 - ❑ Implementación del Captcha
- ❑ RNFS 4: Control ante fuga de datos masiva
 - ❑ Cifrar la información
 - ❑ Hacer uso de un cortafuegos
 - ❑ Mantener el sistema actualizado
 - ❑ Usar DLP (prevención de pérdidas de datos)
 - ❑ Usar IML (gestión del ciclo de vida de la información)
- ❑ RNFS 5: Análisis de las entradas al servidor
 - ❑ Utilizaremos para ello los diagnósticos ofrecidos por nuestro servidor, ya que nos proporcionará la información necesaria para poder analizar las entradas que se han realizado a este.
- ❑ RNFS 6 y 7: Encriptación de datos sensibles y respaldar comunicaciones
 - ❑ Utilizaremos algoritmos como RSA, AES o triple DES para la protección de datos sensibles de nuestro entorno tecnológico y de los usuarios.
 - ❑ Las conexiones estarán encriptadas de extremo a extremo para mantener una conexión segura entre usuarios.
- ❑ RNFS 10: Permisos de autorización de Inicio
 - ❑ Se realizará un login al inicio de la plataforma con el objetivo de que el usuario tenga pleno uso desde su identificación pueda realizar cualquier cambio.

- ❑ RNFS 11: Asegurar a la plataforma de vulnerabilidades.
 - ❑ Las vulnerabilidades conocidas son: desbordamiento de buffer, de XSS, denegación de servicio.
 - ❑ Vulnerabilidad de desbordamiento de buffer, evitar los lenguajes de programación C y C++, podemos mitigarlo a través de 2 técnicas, la primera será asignar aleatoriamente los lugares de espacio de direcciones, y la segunda será la prevención de ejecución de datos. Otra forma es hacer uso de sistema de detección de intrusos (IDS) e implementar soluciones como DEP, ASLR, etc.
 - ❑ Vulnerabilidad XSS, la solución se comenta en el RNFS 1.
 - ❑ Vulnerabilidad de denegación de servicio, para evitarlo usaremos una serie de medidas:
 - ❑ Ubicar el servidor web en una zona desmilitarizada, es decir, entre cortafuegos, llamada DMZ.
 - ❑ Implementar un sistema de detección y prevención de intrusiones (IDS/IPS), para monitorizar las conexiones.
 - ❑ Utilizar un UTM para gestionar de manera unificada las ciberamenazas.
- ❑ RNFS 14: Análisis de tecnologías para el desarrollo
 - ❑ Las tecnologías para el desarrollo web varían dependiendo de nuestras necesidades, determinando algunas de las siguientes: HTTP, CSS, JavaScript, Ruby 3.0, React J, Java, Oracle 11G.
- ❑ RNFS 17: Controlar Receptor de Bases de Datos
 - ❑ Para ello, se utilizarán las capacidades nativas de cifrado e integridad de Oracle Net Services, esta proporciona privacidad de los datos para que las partes no autorizadas no puedan ver los datos a medida que pasan por la red.
- ❑ RNFS 18: Utilización HTTP Strict Transport Security para evitar el envío de directrices y cabeceras HTTP a clientes.
- ❑ RNFS 19: Actualizar la tecnología en base a configuraciones apropiadas y seguir un proceso de parches.
 - ❑ Para evitar las vulnerabilidades futuras, que vayan apareciendo, haremos usos de parches, es decir, que modificaremos las partes en las que detectemos fallas, y posteriormente instalaremos esa actualización a nuestra aplicación, para que funcione correctamente.
- ❑ RNFS 23: Utilización protocolos de seguridad para la encriptación de los datos transitados.
 - ❑ Se usarán algoritmos de encriptación simétricos como Triple DES, algoritmos de encriptación asimétricos RSA y encriptación de WLAN como WPA2.
- ❑ RNFS 25: Consultar ficheros LOGS para posibles consultas y backups.
 - ❑ Mediante la base de datos Oracle quedarán registrados todas las transacciones que se realicen. Así mismo, realizaremos backups para posibles pérdidas de datos.
- ❑ RNFS 26, 27, 30 y 32: Políticas de contraseña.
 - ❑ Se establecerá una política de contraseñas restrictiva para evitar vulnerabilidades en las cuentas de los usuarios y utilización de métodos como doble confirmación.
 - ❑ Para mantener el ciclo de vida de las contraseñas se tendrán en cuenta un período de tiempo de 2 años, con una advertencia de cambio de contraseña previa a la

finalización de la misma. En caso de no cambiarla, se bloqueará el usuario para una posterior recuperación del mismo.

- ❑ RNFS 28: evitar utilizar cuentas suministradas por defecto.
 - ❑ Crear y llevar a cabo una política de contraseñas bien definidas.
 - ❑ Disponer de un formulario para registros de usuarios, que esté detallado.
 - ❑ El usuario deberá firmar dicho formulario.
- ❑ RNFS 31: Inicio de sesión incorrectos.
 - ❑ Se establecerá una serie de intentos, cuando estos sean acabados, se procederá a otro método como confirmación desde un móvil asociado a la cuenta, o una serie de preguntas relacionadas con el usuario que previamente han sido acordadas, junto con una verificación en correo electrónico.
- ❑ RNFS 33: no permitir el acceso de un usuario estándar (no administrador) a modificar sus privilegios en la aplicación o los de otro usuario con su mismo rol.
 - ❑ Esto se realizará mediante el uso de control de acceso RBAC(Role-based Access Control) con el cual se delimitaran los roles de cada usuario dependiendo del cargo que tenga se le proporcionarán un rol con unos determinados permisos.

Impacto en nuestro sistema

Consecuencias tras un ataque:

- ❑ Falta de credibilidad en nosotros y decremento en la reputación. Un negocio electrónico que haya sido atacado y que, por tanto, haya sufrido las consecuencias, afecta directamente a la credibilidad que tiene el usuario en nuestra plataforma.
- ❑ Pérdida de datos privados y sensibles: A pesar de satisfacer los requisitos de seguridad con políticas de seguridad robusta, esto no impide que los datos sean robados o eliminados.
- ❑ Pérdida de usuarios potenciales y bajas de usuarios ya registrados: Es un efecto directo que sufriremos tras un ataque. Un ejemplo de una plataforma similar que ha sido atacada sufrió un 18% de bajas de usuarios habituales.
- ❑ Decremento en las ventas dentro de la plataforma: como consecuencia del punto anterior, los usuarios con perfil de vendedor notarán un decremento en sus ventas que se traducen en descontento y menos intereses para el negocio.
- ❑ Inseguridad y desconfianza en el uso de la aplicación: es similar a la falta de credibilidad descrita en el apartado uno, con la diferencia de que en este caso, se ven afectada directamente en las ganancias económicas generadas por clientes habituales, en lugar de clientes nuevos.
- ❑ Decremento del uso de ciertos métodos de pago frente al físico: dado que implementamos el comercio electrónico con métodos de pagos alternativos a la electrónica, los clientes podrían empezar a preferir el pago en metálico. El inconveniente de esto, es que la empresa sería la que tenga que afrontar un fraude, cosa que con Mastercard o Visa, no ocurriría.
- ❑ Posibles demandas a nuestra empresa: Como es lógico, si un usuario ve comprometidos sus datos o, en el peor de los casos, su dinero, es muy factible que denuncie a nuestra empresa por dicho ataque.
- ❑ Pérdidas monetarias: tanto las demandas como la pérdida de usuarios podría hacer a ZESTA perder cantidades significativas de dinero.

- ❑ Gran bajada en el posicionamiento de nuestra página en motores de búsqueda: tal como ocurre en otras páginas que han sido atacadas, la nuestra no va a ser una excepción. Los robots de google detectan perfectamente cuando se ha insertado publicidad maliciosa en la web y esto repercute directamente en la posición de nuestro negocio en los motores de búsqueda.
- ❑ Cierre de tiendas y pérdida de variedad: menos vendedores se traduce en menos tiendas distintas que reducirán y limitarán el catálogo y variedad de la aplicación.
- ❑ Colocar a la competencia en una posición ventajosa: nuestros usuarios podrían tratar de buscar alternativas en marketplaces u otros lugares con características similares a las de ZESTA.

Consecuencias de implementar políticas de seguridad:

- ❑ Evitar la pérdida, en la medida de lo posible, de los datos personales y sensibles. Gracias a que nuestra base de datos dispone de ficheros de logs y backups que se actualizan constantemente, podremos recuperar los datos que nos eliminen.
- ❑ Eludir posibles demandas de los usuarios, gracias a la política de seguridad, que tuvieron que aceptar: cualquier sistema puede ser atacado, incluso el más robusto de ellos, por esto, la política de seguridad es un documento que deben aceptar y donde recoge que en un caso muy improbable, podrían hasta perder los datos debido a un ataque.
- ❑ Establecer un plan de contingencia ante los futuros atacantes, así como los denominados Honeypots: estos sistemas suelen ser muy comunes en empresas de mediana/gran envergadura. El implementarlos en nuestro negocio, nos otorgará tiempo de reacción y conocimiento del tipo de ataque, así como la vulnerabilidad que están atacando.
- ❑ Prevenir la entrada al sistema de intrusos: lo podremos prevenir, gracias a que contamos con una política de contraseñas y los controles establecidos para el inicio de sesión.
- ❑ Establecer unos términos y condiciones legales para abordar temas legales.
- ❑ Evitar posibles ataques al sistema y al servidor: Los ataques lo podremos evitar gracias a los controles de seguridad.
- ❑ Evitar ataques como XSS y CSRF, en la medida de lo posible. Utilizando lenguajes de programación adaptados a esto, evitamos en gran medida la realización de esta práctica en nuestro sistema.
- ❑ Controlar transacciones mediante los archivos Logs. Nos ayudará a realizar detecciones de los fallos o errores cometidos para poder realizar una solución pertinente.
- ❑ Mantener el sistema actualizado ante posibles ataques que se producen en versiones anteriores. Un sistema actualizado ofrecerá más resistencia a ser atacado y más información sobre nuevos tipos de ataques que puedan darse en la red.
- ❑ Ofrecer reembolsos y compensaciones a los clientes que hayan sido afectados por estafas o errores de nuestra empresa. Aquellos clientes que hayan sido compensados se verán más satisfechos que aquellos que no lo hayan sido y tendrán más posibilidades de volver a usar la plataforma.
- ❑ Se mitigaran las vulnerabilidades de nuestro sistema: para ello haremos el uso correcto de la tecnología necesaria, que se aplicarán a cada una de las vulnerabilidades estudiadas.

Plan de cumplimiento de obligaciones legales: Requisitos legales de seguridad (RGPD)

Ya que nuestro negocio electrónico tendrá sede en España (dentro de la Unión Europea), tenemos que asegurarnos de cumplir, en primer lugar, el RGPD (Reglamento General de Protección de Datos), relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos.

Dicha ley nos obliga a:

- **Considerar qué es un dato personal para la UE**
La regulación se aplica si tenemos nuestra sede en la UE.
Según la Comisión Europea, "los datos personales son cualquier información relacionada con un individuo, ya sea que se refiera a su vida privada, profesional o pública. Puede ser cualquier cosa desde un nombre, domicilio, foto, dirección de correo electrónico, detalles bancarios, publicaciones en sitios web de redes sociales, información médica o la dirección IP de una computadora".
- **Proteger los datos personales**
Mediante la encriptación y pseudonimización, nos aseguraremos de que se mantiene la confidencialidad, integridad, disponibilidad, y resiliencia de nuestros sistemas de TI y que tienen la capacidad de recuperar la disponibilidad y tener acceso a los datos personales de manera oportuna.
También debemos asistir y evaluar regularmente la efectividad de las medidas de seguridad establecidas para proteger los datos.
- **Cumplir con la base legal y reglas de consentimiento**
Garantizamos que el interesado ha dado su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales con uno o más propósitos específicos. Debemos poder probar dicho "consentimiento" (opt-in) y el mismo podrá ser retirado.
El tratamiento será necesario para futuros contratos del que el interesado es parte, cumplir con una obligación legal a la cual el controlador está sujeto, proteger los intereses vitales del interesado o de otra persona física, realizar una tarea llevada a cabo en interés público o en el ejercicio de la autoridad oficial conferida al controlador y para fines de los intereses legítimos perseguidos por el responsable o por un tercero, salvo cuando dichos intereses sean anulados por los intereses o los derechos y libertades fundamentales del interesado que requieren protección de datos personales, en particular cuando el interesado es un niño.
- **Mantener un conjunto único de reglas y la disponibilidad de una SA**
Una SA concreta (también Security Association o Asociación de Seguridad) hará de ventanilla única para supervisar todas las actividades de tratamiento de esa empresa en toda la UE. La ubicación de dicha SA dependerá de la ubicación de la sede principal de ZESTA (Málaga).
- **Notificar violaciones de datos**

En caso de darse, estamos bajo la obligación legal de notificar a la SA dentro de las 72 horas posteriores a haber tenido conocimiento de la misma. Además, las personas involucradas deben ser notificadas.

Sin embargo, notificar a los interesados no será necesario si implementamos medidas de protección técnicas y organizativas apropiadas para hacer los datos personales ininteligibles para cualquier persona no autorizada, como el cifrado.

Vistos los requisitos legales, nos encargaremos de incluir:

- La encriptación y pseudonización de datos y contraseñas.
- La garantía de que cada usuario acepta nuestras condiciones y el tratado de sus datos.
- Notificar las violaciones de datos no encriptados tanto a una SA como a las personas involucradas.
- Incluir una de evaluación constante de la efectividad de las medidas de seguridad establecidas.

Ya que el primer y último punto ya están incluidos en el análisis de requisitos, fijamos nuestra atención en el segundo y tercer punto, para los cuales ofrecemos las siguientes soluciones:

- Incluir un enlace a nuestras políticas de privacidad y garantizar que los usuarios las han leído y las aceptan marcando una casilla previamente desmarcada.
- Notificar por correo electrónico cualquier actividad sospechosa y preguntar al usuario por su actividad.
- En caso de confirmarse una actividad sospechosa, tomar medidas legales y de seguridad y notificar a nuestra correspondiente SA.

PAGOS ELECTRÓNICOS

Importancia/necesidad de que nuestro negocio electrónico haga uso de los métodos de pago electrónico.

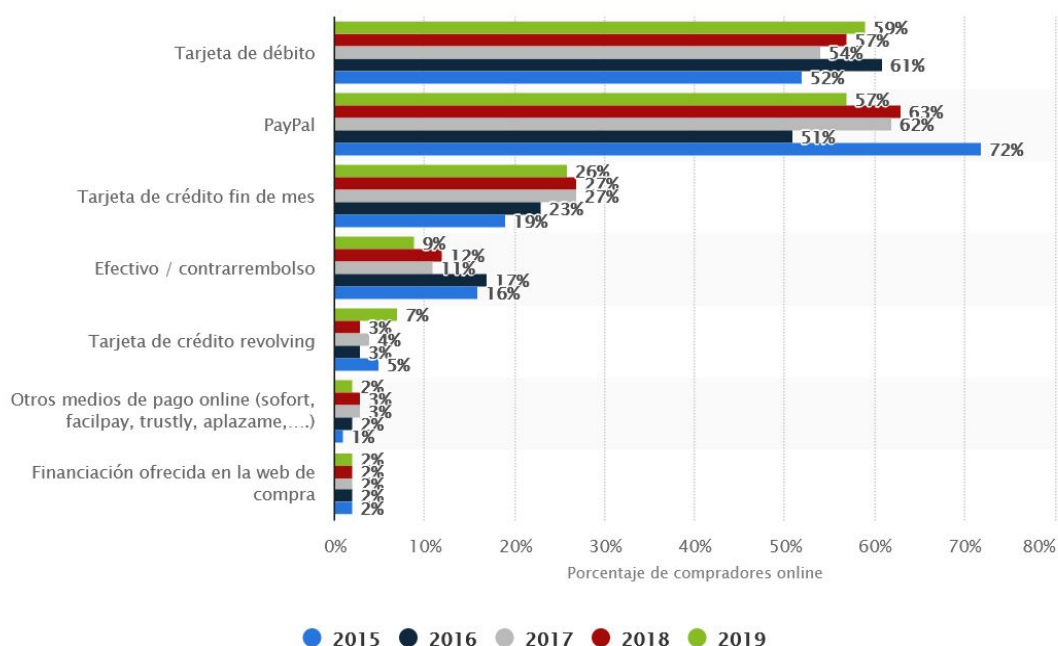
La importancia del uso del pago electrónico se debe en parte, al hecho de intentar satisfacer las necesidades de los clientes que usan diferentes monedas (que no sería de momento nuestro caso, puesto que hasta próxima expansión del negocio nos moveremos en el ámbito nacional; es decir, utilizaremos el euro) y diferentes métodos de pago.

Según las estadísticas, el incremento del pago electrónico es directamente proporcional al aumento del ecommerce.

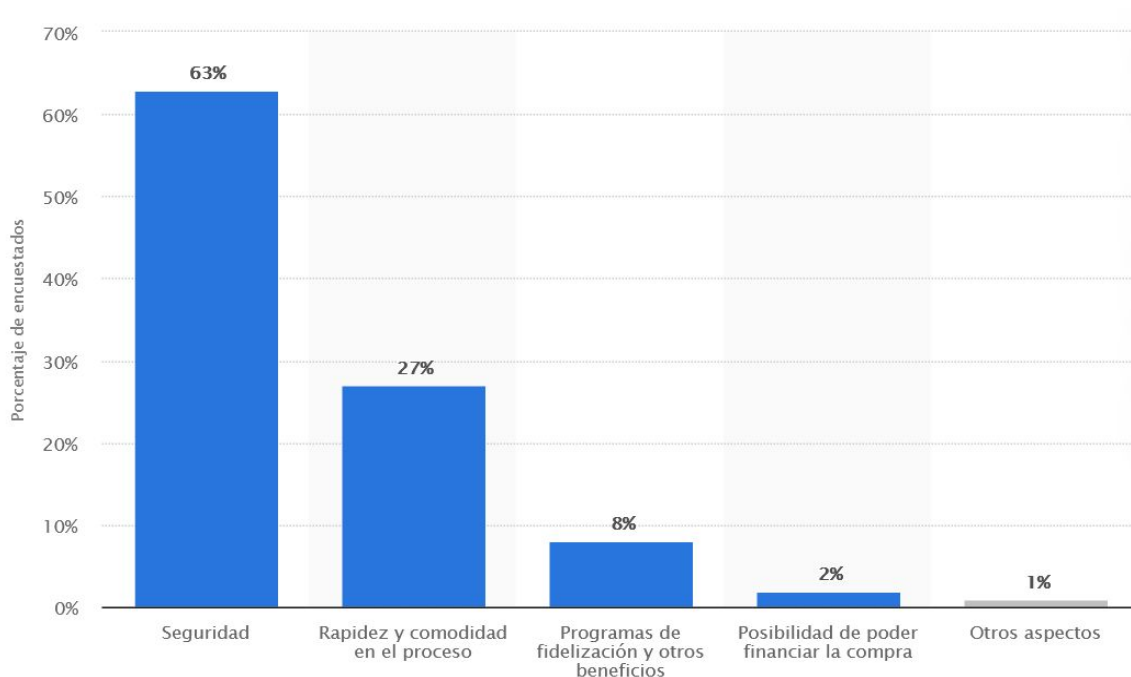
Además, debido a acontecimientos recientes tales como la crisis del coronavirus, el pago electrónico pasó a ser el sistema a utilizar más recomendado. Esto se debe a diversas razones tales como, por ejemplo, el incremento de compras online debido al confinamiento y el uso consecuente del sistema electrónico como método de pago por su propia seguridad - ya que, tras estudios realizados, se

demostró que el virus podría permanecer activo en monedas y billetes. Como la gente ha empezado a moverse en ese entorno, es necesario que nosotros nos adaptemos y empecemos también a hacerlo.

El pago electrónico proporciona, además de lo ya mencionado, una mayor comodidad a los usuarios, puesto que en todo momento tendrán el dinero al alcance de su mano.



Estadística de las formas de pago más utilizadas por internautas españoles para compras online.

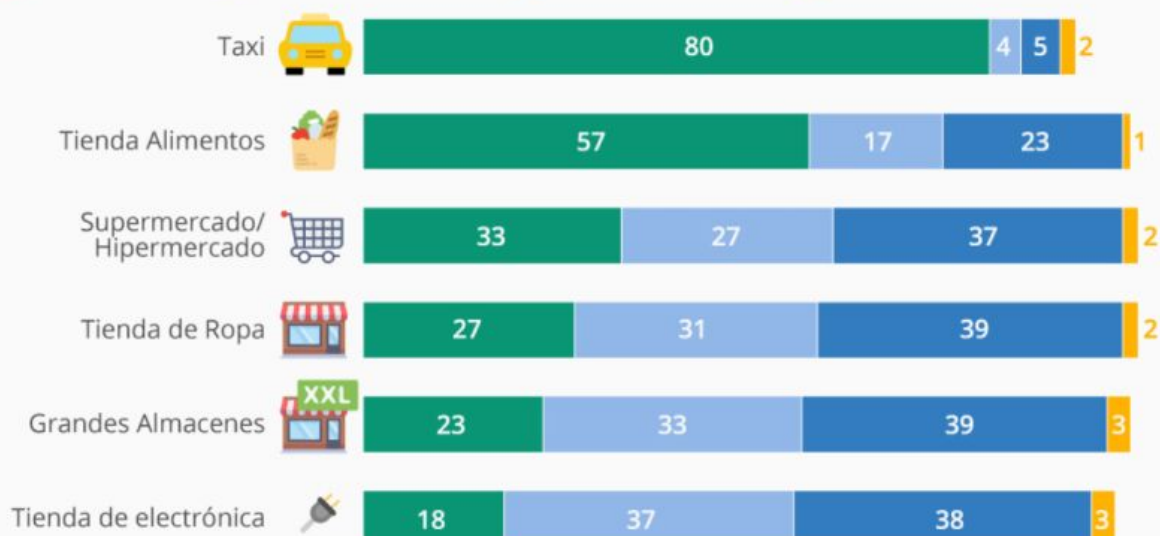


Estadística de los aspectos más valorados de los medios de pago utilizados por los consumidores online en España en 2018.

¿Cómo pagan los españoles?

¿Qué sistema de pago usas habitualmente en estos comercios? (% de respuestas)*

■ En efectivo ■ Tarjeta de crédito ■ Tarjeta de débito ■ Con el móvil o smartwatch



Métodos de pago

Según los datos recopilados en el anterior apartado, los métodos más comunes son mediante la tarjeta de débito (mastercard) en primer lugar, siguiéndole Paypal y finalmente la tarjeta de crédito (VISA).

En nuestro caso optamos por implementar más de un modo de pago, puesto que, al estar pensada para personas de todas las edades, a los más mayores podrían costarle entender el uso de éstas.

Añadiremos los siguientes métodos:

Tarjeta de débito

Es el método más usado actualmente en los negocios electrónicos. Las principales razones son la rapidez (puesto que se guardan los datos en la aplicación), el control de gastos y la seguridad que nos ofrece. Es una buena opción para minoristas y compradores algo más tradicionales. Presentan, por lo general, menos comisiones, son más rentables de emitir para los bancos y presentan seguros adicionales en caso de pérdida, desplazamientos, etcétera (dependiendo de la entidad que la emita y la tarjeta) que pueden verificarse a través del correo, por lo que su uso es abundante.

Tarjeta de crédito

Las tarjetas de crédito permiten aplazar los pagos a final de mes. Permite comprar productos sin tener que pagar al momento, ya que esto lo financia la entidad financiera. Sin embargo, para mantener una tarjeta de crédito hay que pagar más gastos y comisiones: hay que pagar la cuota de emisión, renovación, traspaso de fondos y hasta para sacar dinero del cajero.

PayPal

Paypal permite efectuar transferencias de dinero en línea para casi todos los usuarios del mundo. Es un método de pago digital, seguro y eficaz surgido como alternativa frente a otros métodos de carácter más tradicional. Al incrementar el número de compras online, se ha convertido en una de los servicios de pago más utilizados a nivel mundial. Es el método de pago de mayor usabilidad.

Pago en efectivo

Es el método más sencillo. La principal razón de añadirlo es que cierto grupo de nuestro cliente objetivo no dispone de la soltura suficiente en el manejo de las tecnologías, pudiendo ser una de las principales razones de abandono de nuestra aplicación.

Bastaría con añadir una opción en la ventana de pagos llamada *pago en efectivo*. Posteriormente, el pago de la comisión a Zesta al comercio se realizaría a final de mes en la cuenta bancaria de la tienda con las suma de las comisiones de las compras realizadas en dicho mes en efectivo.

Ventajas e inconvenientes de los métodos elegidos.

Ventajas

- Disponer de distintos métodos de pago hará que cada cliente pueda elegir el que más prefiera.
- Aquellas personas no acostumbradas a realizar pagos electrónicos o a confiar en ellos podrán usar efectivo. Esto implica que:
 - los vendedores podrán tener un mayor control sobre sus movimientos monetarios.
 - comprador y vendedor podrán establecer contacto directo.
- Las tarjetas de crédito y débito
 - Permiten realizar consultas mediante el correo electrónico de la entidad.
 - Tienen aceptación mundial. Aunque nosotros vamos a utilizarlas principalmente en terreno nacional, es un factor conveniente si en un futuro queremos expandir nuestro negocio al extranjero.
- Los usuarios que utilicen Paypal:
 - No tendrán que introducir su tarjeta con cada compra; bastará con introducir un correo y una contraseña. Esto incrementa la facilidad de uso del método.
 - Verán sus transacciones protegidas.
 - Podrán elegir pagar con el saldo de su cuenta.
 - Podrán controlar todos sus movimientos desde una sola cuenta.
 - No tendrán que compartir sus datos con otros usuarios.
 - Efectuarán sus transacciones de manera inmediata.

Inconvenientes

- Los pagos en físico requerirán desplazamientos y podrían dar lugar a encuentros no deseables que perjudiquen nuestra imagen.
- Los pagos electrónicos son más dados a verse afectados por estafas realizadas por tiendas falsas.
- Los usuarios que utilicen Paypal
 - Deberán abonar una pequeña comisión por cada pago realizado.
 - Necesitarán una cuenta en la que se exige verificar con una tarjeta de crédito la cuenta.
 - Pueden verse afectados por políticas de retención de pagos

Impacto estimado de los métodos elegidos sobre nuestro negocio electrónico

Pronosticamos que ofrecer tanto métodos de pago electrónicos como físicos a nuestros clientes supondrá para ellos una mayor comodidad y confianza a la hora de realizar sus transacciones, lo que podría significar una mayor apertura a nuestra aplicación.

Se estima que el pago en físico se convertirá en la opción principal no sólo de aquellos vendedores que prefieren tradicionalidad, sino también de potenciales compradores que se encuentren en la misma situación o bien no dispongan de una cuenta en Paypal o tarjetas de pago. Esto podría crear un interés común que pondrá de acuerdo a ambas partes, minimizará los conflictos e incrementará las probabilidades de que se vuelva a utilizar la plataforma.

Sin embargo, también existe la posibilidad de que muchos minoristas decidan ampliar sus horizontes y comiencen a usar pagos online. Esto podría reforzar las tiendas minoristas, darles visibilidad y hacerlas mucho más competitivas frente a grandes franquicias gracias a su accesibilidad y precios.

En contraste con todo lo positivo mencionado anteriormente, nuestros métodos de pago presentan la desventaja de que podrían verse afectados tanto por fraudes online como por encuentros en físico que podrían ser desagradables. Esto nos obligaría a establecer unas políticas de control y ciertas medidas a tomar en contra de usuarios que perjudiquen al resto de la comunidad dada de alta en nuestra plataforma.

Gobierno electrónico

Objetivos

Regulación

Debemos garantizar que ZESTA cumple las obligaciones legales nacionales y europeas necesarias antes de su lanzamiento.

Principalmente, debe cumplir con lo siguiente:

- Derecho a la intimidad y propia imagen. La empresa debe garantizar que no se invade la intimidad de los usuarios, de acuerdo con:
 - Art. 8 del Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales.
 - Art. 18 de la Constitución Española de 1978 (sobre el honor, intimidad e imagen)
- Privacidad y propiedad personal de los datos. En ningún momento podremos considerar que los datos de cada usuario pertenecen a un propietario distinto a él mismo, según indica.
 - Directiva Europea de Protección de Datos, LOPD y RGPD (Figura del Supervisor Europeo de Protección de Datos).
 - Convención 108 del Consejo Europeo para la protección de los individuos respecto al proceso automatizado de datos.
 - Tratado de Lisboa.
 - Carta de Derechos Fundamentales.
 - Directiva 95/46/CE sobre protección de las personas relativa a los datos personales.
 - Regulación (EC) No 45/2001 sobre privacidad de datos
- Regulaciones de libre comercio, fiscalidad, etcétera. Nos permite comercializar libremente respetando las normativas generales.
- Consentimiento expresamente indicado. Todo usuario debe aceptar las condiciones de nuestra empresa explícitamente antes de comenzar a usar la plataforma. Dado el caso contrario, nunca podremos dar por hecho que el usuario ha dado su consentimiento por el simple hecho de estar usando nuestra aplicación.
- Obligaciones técnicas y organizativas de seguridad. Debemos garantizar que las cuentas de nuestros usuarios son seguras y estarán protegidas (ver apartado de seguridad)
- Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI). Nos obliga a limitar la publicidad del sitio a anuncios de clientes previos. Esto quiere decir:
 - Publicidad regulada.
 - Prohibición del SPAM.

Servicios a Integrar

El servicio que ZESTA va a integrar en su plataforma es el de **pago de impuestos automatizado** para negocios electrónicos.

Se trata de un Servicio para empresas que no dispongan de un negocio físico. Al igual que los negocios tradicionales tienen que pagar tributo al estado, los electrónicos también tienen esta misma obligación. Año tras año la agencia tributaria ha ido puliendo el control de empresas que desarrollan su actividad económica exclusivamente por internet.

En ZESTA vamos a implementar el pago del IRPF, IVA e impuesto de sociedades correspondiente a nuestra actividad puesto que es el único tipo de impuesto que se permite pagar de manera totalmente telemática en nuestras administraciones electrónicas.

Para más información puede acceder a este [artículo de El País](#).

También hemos pensado la realización de la **contratación Online**, esto aceleraría el proceso de adquisición de nuevo personal, en concreto los riders, en nuestro equipo.

Grado de Integración

Dentro de nuestro negocio electrónico adoptaremos los siguientes impuestos

- IRPF: nuestro negocio electrónico se puede catalogar dentro del denominado “inmovilizado intangible” que se encuentra en el Plan General Contable en el subgrupo 21, que está formado por las siguientes cuentas contables: Propiedad Industrial y Aplicaciones informáticas. Nuestro negocio se identifica como Aplicaciones informáticas, debido a que cumple con su definición: es la propiedad y el uso de las aplicaciones informáticas, es necesario que su duración sea más de 2 o 3 años, pueden ser adquiridos a un tercero o elaborados por la misma empresa.
- IVA: el impuesto de valor añadido dentro de nuestro negocio electrónico es de 21%, aunque las empresas dentro de nuestra aplicación van a gestionar su porcentaje de IVA debido a que los productos o servicios a vender pueden llegar a estar entre el 4% y el 10% dependiendo de las necesidades en las que se establezcan.
- IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES: ZESTA se establece como sociedad anónima(mercantil)
- IAE (Impuesto sobre Actividades Económicas): Se nos aplica al ejercer la actividad empresarial de desarrollar y comercializar una aplicación.

Plan

Acciones a desarrollar para la integración

Integración del pago de impuesto

Lo primero que debemos hacer es darnos de alta en:

- Hacienda
- El censo de empresarios, profesionales y retenedores.
- La seguridad Social
- La Tesorería General
- El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos
- El Registro de Operadores Intracomunitarios (como la índole de nuestra aplicación es vender productos en el entorno de la Unión Europea, debemos inscribirnos también).

Debemos adaptar nuestra empresa a la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico, ya que nos dedicaremos a la compraventa online.

Una vez dados de alta y cumplamos las leyes requeridas, podremos proceder al pago de impuestos online.

Para proceder al pago de impuestos online, usaremos la metodología que propone la Agencia Tributaria, para mejorar el control de pagos en empresas.

El sistema propuesto, nos ofrece 2 ventajas:

- No necesitaremos presentar la declaración trimestral del IVA, ni el resumen anual.
- No será necesario la emisión de facturas, a no ser que el cliente las requiera.

Los pagos de impuestos se realizarán en la página de la agencia tributaria, a continuación pondré el enlace, que llevará al apartado de pagos de impuestos de forma digital.

<https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/tramitacion/ZI01.shtml>

<https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/procedimientos/ZI01.shtml>

La cantidad monetaria a tramitar para el pago de impuestos, se obtendrá de un fondo, que crearemos, para pagos de impuestos, y al cual desviaremos una ínfima parte del dinero obtenido por cada transacción de compra, que se realice en nuestra plataforma.

Integración de la contratación online

Utilizaremos la web Contrat@, que es una web del gobierno español, dicha web se encargará de la comunicación de la contratación online.

Contrat@ permitirá que nuestra empresa comunique el contenido de la contratación laboral a los Servicios Públicos de Empleo.

Para hacer uso de ésta debemos:

- Cumplimentar esta Solicitud de Autorización:
<https://sede.sepe.gob.es/portaSede/procedimientos-y-servicios/empresas/contratos/solicitud-Telematica.html>
- Disponer de certificado digital, DNI electrónico o Identificador de Empresa y la contraseña que se asigna tras rellenar la autorización.

- Para su uso adecuado cuentan también con un Manual de Usuario:

<https://www.sepe.es/DocumComunicacto/manuales/14/ManualSolicitudTelematica.pdf>

A continuación pondré el enlace a la web oficial, por si queda algún tipo de duda:

<https://www.sepe.es/HomeSepe/empresas/servicios-para-empresas/comunica-contratacion.html>

Nota: si quieres saber de la web, con mayor profundidad, haz click en el enlace Solicitud de Autorización, que aparece en la página web oficial. Ahí encontrarás diversos contenidos como: el manual de usuario, la solicitud de la autorización, la aceptación o no de dicha solicitud, etc.

Evaluación

Plan de evaluación de la consecución de objetivos

Tras evaluar las consecuencias de implementar los pagos de impuestos y tasas de manera electrónico con nuestro gobierno, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Darnos de alta en portales de e-Government será el primer paso que debemos seguir
- Todos los procesos de pagos se verán optimizados puesto que los estos serán automatizados, no será necesario el realizar largas colas y esperas, con su respectiva pérdida de tiempo. La comunicación entre empresa y gobierno será mucho mejor.
- Consideraremos incluir la contratación online para adquirir nuevos empleados que trabajen como riders.
- Vamos a declarar la oficina de nuestra empresa, los recursos tecnológicos que necesitemos y el carácter de ZESTA como aplicación.
- Debemos considerar un IVA del 21% a la hora de ofrecer nuestros servicios.
- Vamos a garantizar la seguridad y privacidad de los datos del usuario, así como respetar su intimidad y honor según nos dicta la legislación. Los usuarios deben dar su consentimiento para el tratado de sus datos.
- Vamos a evitar el spam y la publicidad masiva.

Regulación

Documento de términos y condiciones de servicio

¿QUIENES SOMOS?

Esta plataforma es propiedad y está operado por zesta.com.

Nuestra página web tiene establecido una serie de términos y condiciones legales, para que uses nuestra web sin problemas.

Esta plataforma ofrece un punto de vista nuevo de las compras de barrio, de toda la vida.

Nos encargamos de ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente, ya que contamos con una amplia y exquisita gama de productos de proximidad.

Zesta por lo tanto, asegurará la calidad del material, que usted va adquirir.

Le recordamos que al hacer uso de dicha plataforma, usted aprueba que haya leído, entendido y aceptado cumplir con los Términos de a continuación.

¿QUIÉN PUEDE USAR NUESTRA PLATAFORMA?

Cualquier persona podrá hacer uso de nuestros servicios, siempre y cuando usted sea mayor de 16 años y esté autorizado por su padre, madre o tutor legal, para hacer gestiones de compra-venta.

Cualquier incumplimiento realizado si usted es menor de edad (18 años), será responsabilidad de los tutores legales de dicho menor.

No se le permitirá hacer uso de Zesta si no está permitido por su país o en virtud de cualquier ley/regulación que se pueda aplicar a su caso.

TÉRMINOS COMERCIALES

Al adquirir cualquier ítem de la página, aceptas que:

-Tienes la responsabilidad de leer la descripción de dicho ítem, completamente, previamente a su adquisición.

-Solemnizar un contrato de tipo legal para comprar un producto al comprometerse a adquirir dicho producto, y completar el proceso de compra.

Los precios de los servicios y productos que ofrecemos, están estipulados, como parte del contenido, de nuestra página web.

Nos reservamos el derecho, de poder realizar cambios sobre dichos precios, y sobre los productos de la plataforma, en cualquier momento.

También nos comprometemos por tanto, a corregir cualquier tipo de error que detectemos en los precios.

Las tarifas podrán variar en relación con el artículo que usted desee adquirir, es decir, tipo de impuestos, tasas de transacciones, ect. Igualmente será notificado antes de completar la operación de pago del artículo.

CAMBIOS Y DEVOLUCIONES

Para la devolución de un artículo adquirido, y que usted no haya estado conforme deberá:

-Si el paquete no ha sido abierto, podrá devolverlo en un plazo máximo de 15 días, laborales, sin ningún tipo de problema.

-Si el paquete ha sido abierto, pero conserva la etiqueta, y/o el embalaje original, usted podrá empaquetarlo nuevamente, y devolverlo en un plazo de 15 días laborales.
Deposite el paquete en cuestión en cualquier punto de recogida que Zesta ofrece.
Posteriormente de comprobar que el estado del artículo es correcto, procederemos a la devolución del dinero abonado, en un plazo de 6 a 7 días.
En el caso de que el paquete no esté en buen estado, el producto no podrá ser devuelto , y no se procederá a abonar, de nuevo, en la cuenta del cliente, la cantidad ofrecida por el producto.
Se recuerda a los señores clientes, que cada página de nuestra plataforma además cuenta con su propia política de cambios y devoluciones, y que se respetará, las condiciones impuestas, por las tiendas particulares.

DERECHO A CAMBIAR DE OFERTA

Zesta se atiene al derecho de poder cambiar/dejar de ofrecer servicios de dicha plataforma.
Podremos invalidar tanto de forma permanente como de forma temporal los servicios sin ningún tipo de aviso. No nos haremos, por tanto, responsable, de cualquier acusación relacionada con este aspecto.

GARANTÍAS DEL PRODUCTO

En caso de que dispongamos de un artículo defectuoso, y haya sido vendido por error, garantizamos la reparación del artículo, o en su defecto ofrecer un nuevo artículo.
El plazo de entrega de dicho producto dependerá de la tienda donde se haya adquirido.
Nos comprometemos a que el plazo no sea mayor de 10 días, independientemente de la tienda.
El cliente tendrá derecho de hacer una devolución del artículo y pedir la bonificación de éste, así mismo, el cliente en cuestión, se hará responsable de la devolución del artículo a la sede de Zesta.

PROPIEDAD INTELECTUAL

Todos los servicios ofrecidos, así como imágenes, documentos, software utilizado, informes, textos, logotipos, patentes, derechos de autor, y por tanto, todos los derechos de propiedad intelectual que tengan relación con ellos, son propiedad exclusiva de Zesta.
Al leer este documento, usted está aceptando no transferir, copiar, o divulgar de forma pública, el contenido de nuestra plataforma.

DERECHO A RESTRICCIÓN DE USUARIOS

Zesta se ve en el derecho de bloquear y/o eliminar cuentas de usuarios.
Los usuarios que sufran estas restricciones, no serán notificados de forma previa.
Estas restricciones se harán, cuando el usuario incumpla con alguna cláusula del contrato que aceptó al hacer uso de nuestra plataforma.
El usuario también tendrá derecho de solicitar la eliminación de su cuenta.
Si el usuario cuenta con acceso premium e incumple con el pago de éste, se suspenderá la cuenta de manera inmediata.

LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Zesta no se hará cargo de daños y perjuicios de terceros e indirectos.
Así mismo tampoco se hará cargo de la pérdida de beneficios de las tiendas particulares, o del mal uso de los datos del usuario, que éstas den.

Zesta, cumpliendo con lo máximo de lo posible, los términos legales, no se hará responsable de fallos en el contenido, lesiones personales o agravio de cualquier dominio, independientemente del origen de dichos daños.

DERECHO A LA MODIFICACIÓN DE LOS TÉRMINOS

Tenemos el derecho de hacer cambios en los términos siempre y cuando, lo creamos conveniente, los cambios se realizarán de forma interna y nos estamos obligados a notificarlos.

El usuario será por tanto, el que tenga que hacer revisiones de nuestros términos, regularmente. Al hacer dichos cambios, el usuario se verá obligado a aceptar los nuevos términos, para seguir haciendo uso de nuestra plataforma.

EMAILS DE PROMOCIÓN

¿Está de acuerdo de recibir material de propaganda a través del email de las nuevas promociones, que se recojan en nuestra aplicación?.

En caso contrario, por favor, notifique en el siguiente correo, su desacuerdo .

zesta@negocioelectronico.com

RESOLUCIÓN DE DESACUERDOS

Zesta se acogerá a la resolución de disputas/desacuerdos, que usted visualice en los términos legales, propuesta por el gobierno español o en su defecto las condiciones impuestas por el gobierno europeo.

Usted acepta que las reclamaciones, en caso de desacuerdo con nuestra empresa, sea llevada por el tribunal de justicia.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Si usted tiene algún tipo de disconformidad, o quiere saber más de nosotros, por favor, no dude en contactarnos a través de:

email: zesta@negocioelectronico.com

tlf: 9517865237

Descargo de responsabilidad

Descargo de responsabilidad

Última actualización: 18 de enero de 2021

Servicio se refiere a la solicitud.

Eres la persona que accede al Servicio, o a la compañía, u otra entidad legal en nombre de la cual dicha persona accede o utiliza el Servicio, según corresponda.

Aplicación significa el programa de software proporcionado por la Compañía descargada por tí en cualquier dispositivo electrónico denominado Zesta.

Descargo de responsabilidad

La información que figura en el Servicio es sólo para fines de información general.

La Compañía no asume ninguna responsabilidad por errores u omisiones en el contenido del Servicio.

En ningún caso la Compañía será responsable de ningún daño especial, directo, indirecto, consecuente o incidental o de ningún daño en absoluto, ya sea en una acción de contrato, negligencia u otro agravio, que surja o esté relacionado con el uso del Servicio o el contenido del mismo. La Compañía se reserva el derecho de hacer adiciones, eliminaciones o modificaciones a los contenidos del Servicio en cualquier momento sin previo aviso.

La Compañía no garantiza que el Servicio esté libre de virus u otros componentes dañinos.

Descargo de responsabilidad de los enlaces externos

El Servicio puede contener enlaces a sitios web externos que no son proporcionados o mantenidos por la Compañía o que no están afiliados a ella de ninguna manera.

Ten en cuenta que la Compañía no garantiza la exactitud, relevancia, puntualidad o integridad de la información de estos sitios web externos.

Descargo de responsabilidad por errores y omisiones

La información proporcionada por el Servicio tiene por objeto dar una orientación general sobre cuestiones de interés únicamente. Aunque la Compañía toma todas las precauciones para asegurar que el contenido del Servicio es actual y preciso, pueden producirse errores. Además, dada la naturaleza cambiante de las leyes, normas y reglamentos, puede haber retrasos, omisiones o inexactitudes en la información contenida en el Servicio.

La Compañía no se hace responsable de ningún error u omisión, ni de los resultados obtenidos del uso de esta información.

Descargo de responsabilidad por uso razonable

La Compañía puede utilizar material protegido por derechos de autor que no siempre ha sido autorizado específicamente por el propietario de los derechos de autor. La Compañía pone dicho material a disposición de la crítica, el comentario, el reportaje de noticias, la enseñanza, la erudición o la investigación.

Si deseas utilizar material protegido por derechos de autor del Servicio para sus propios fines que vayan más allá del uso justo, deberá obtener el permiso del propietario de los derechos de autor.

Descargo de responsabilidad de las opiniones expresadas

El Servicio puede contener puntos de vista y opiniones que son los de los autores y no reflejan necesariamente la política o posición oficial de ningún otro autor, agencia, organización, empleador o empresa, incluida la Compañía.

Los comentarios publicados por los usuarios son de su exclusiva responsabilidad y los usuarios asumirán la plena responsabilidad, obligación y culpa de cualquier difamación o litigio que resulte de algo escrito o como resultado directo de algo escrito en un comentario. La Compañía no se hace responsable de ningún comentario publicado por los usuarios y se reserva el derecho de eliminar cualquier comentario por cualquier motivo.

No hay exención de responsabilidad

La información sobre el Servicio se proporciona en el entendimiento de que la Compañía no se dedica en este documento a prestar asesoramiento y servicios jurídicos, contables, fiscales o de otra índole profesional. Como tal, no debe utilizarse como sustituto de la consulta a asesores profesionales contables, fiscales, jurídicos u otros asesores competentes.

En ningún caso la Empresa o sus proveedores serán responsables de ningún daño especial, incidental, indirecto o consecuente que surja o esté relacionado con su acceso o uso o con la imposibilidad de acceder o utilizar el Servicio.

"Descargo de responsabilidad "Uso bajo su propio riesgo

Toda la información del Servicio se proporciona "tal cual", sin garantía de integridad, exactitud, oportunidad o de los resultados obtenidos del uso de esta información, y sin garantía de ningún tipo, expresa o implícita, incluyendo, pero no limitándose a las garantías de rendimiento, comerciabilidad e idoneidad para un propósito particular.

La Compañía no será responsable ante usted ni ante ninguna otra persona por ninguna decisión o acción tomada en base a la información proporcionada por el Servicio o por ningún daño consecuente, especial o similar, incluso si se ha advertido de la posibilidad de tales daños.

Contáctenos

Si tienes alguna pregunta sobre este descargo de responsabilidad, puedes ponerte en contacto con nosotros:

Por correo electrónico: zesta@negocioelectronico.com

Licencia/Contrato de Usuario

Lea atentamente el presente contrato de licencia de usuario final ("EULA", END USER LICENSE AGREEMENT) antes de utilizar este dispositivo. Al utilizar el software, estará aceptando los términos

y condiciones del presente EULA. Si no acepta los términos y condiciones del presente EULA, no podrá utilizar esta aplicación en su dispositivo.

1. Concesión de licencia:

El software que se proporciona bajo licencia, no se vende. Además, está protegido por derechos de autor y leyes de propiedad intelectual.

2. Restricciones de la licencia:

Se le otorga un derecho no exclusivo de uso del software según lo establecido en este contrato. No obstante, usted no tiene derecho a modificar, adaptar o de cualquier otra manera crear cualquier obra derivada de este software y aplicar ingeniería inversa(excepto si está permitido por una ley aplicable). Tampoco está permitido utilizar la aplicación con objetivos de infección de dispositivos con programas dañinos, malware o derivados. Además la recopilación de datos por parte del usuario sobre otros usuarios queda prohibida dentro de este software.

Zesta se reserva todos los derechos no concedidos al usuario y esto no podrán ser cedidos u otorgados bajo ningún concepto.

3. Restricciones de la aplicación de software:

Si has descargado el software de una tienda de aplicaciones, deberá cumplir los términos de la tienda de aplicaciones correspondiente. Los términos permitidos por esta no deben extrapolarse a los permitidos dentro de este contrato, a su vez los términos prohibidos dentro de la aplicación por parte de esta deberán ser aceptados.

Bajo cualquier tipo de ambigüedad con respecto a la tienda de aplicaciones, es prioritario los términos establecidos dentro del contrato.

Si este Contrato se refiere a una aplicación descargada del **App Store de Apple**, los términos adjuntos en el **Apple Rider** serán aplicables también para usted.

Si este Contrato se refiere a una aplicación descargada del **Play Store de Android**, los términos adjuntos en el **Play Store** serán aplicables también para usted.

4. Mejoras y actualizaciones:

Zesta no tiene obligación al respecto, podrá ofrecer mejoras y actualizaciones en un futuro si el software lo necesitara o si la empresa lo ve conveniente. Si esta actualización o mejora viene con un contrato de licencia, tendrá que aceptar los nuevos términos y condiciones de ese contrato. Si por algún motivo la actualización no se lleva a cabo deberá aceptar las vulnerabilidades del software y sus posibles ataques, de los cuales el usuario se hace responsable. Se realizarán actualizaciones automáticas, en caso de que se seleccione esta opción. Al aceptar los términos y condiciones de este Contrato usted también acepta las actualizaciones automáticas.

5. Datos y privacidad:

Dentro de este apartado se cubrirán los siguientes puntos:

- Tipo de información a los que se aplica la política de privacidad y fines de recopilación y el uso:
 - Recopilamos su nombre y su información de contrato al registrar la cuenta o productos, también de las acciones realizadas.
 - Uso de cookies y seguimiento de origen serán utilizadas para la agilización de la información y transacciones.
 - Información demográfica y empleo.
 - Comentarios, foros de discusión y redes sociales.
 - Lista de marketing
 - Dispositivos portátiles
 - Realización de pedidos y adquisición.
 - Encuestas
 - Sorteos y concursos
- Marketing:

Le informaremos, antes de recopilar su información personal, si tenemos previsto usar su Información Personal con fines de marketing, o si tenemos previsto divulgar su Información Personal a cualquier tercero con fines de marketing.
- Retención de la información personal:

Solo retendremos información personal en el caso de que tengamos que realizar como objetivo un fin comercial legítimo descrito en esta política de privacidad o según lo limite la legislación vigente.
- Cookies, Balizas web y otras herramientas web:

Zesta utiliza herramientas de recopilación de datos automáticas, como cookies, enlaces web incrustados y widgets. Estas herramientas recopilan determinada información que su navegador o su dispositivo móvil envían a los sitios web de Zesta y a los productos que están en la misma.
- Derechos:
 - Derecho a corregir sus datos si son inexactos o están incompletos.
 - Derecho a transferir a un tercero la Información Personal que nos ha facilitado si tratamos esos datos porque tenemos su consentimiento.
 - Derecho a eliminar su Información Personal, a menos que la ley nos exija conservarla o que debamos conservarla para presentar o contestar demandas legales.
 - Derecho a recibir una copia de la Información Personal sobre usted de nuestros registros actuales.
 - Derecho a retirar su consentimiento a nuestro tratamiento de su Información Personal en cualquier momento posterior a dicho consentimiento.
 - Derecho a restringir nuestro tratamiento de su Información Personal si cree que dichos datos son imprecisos, que nuestro tratamiento es ilegal o que ya no necesitamos tratar dichos datos con un fin concreto.
 - Derecho a oponerse a dicho tratamiento por motivos relacionados con su situación concreta, cuando la justificación legal de nuestro tratamiento de su Información Personal es nuestro interés legítimo.

6. Derechos de propiedad intelectual:

Todos los derechos de titularidad y propiedad en y para el Software, los materiales impresos que acompañan y cualquier copia del software, son propiedad de **Zesta**.

7. Productos y servicios de terceros:

El Software puede contener URL y otras funciones que faciliten la visita a otras empresas. Estas funciones se proporcionan únicamente con objeto de optimizar y facilitar el uso del software. Los sitios que están vinculados no están bajo el control de Zesta.

8. Indemnización:

Si Zesta recibe una reclamación, se vea envuelta en procedimientos legales o sufra pérdidas debido a la infracción del contrato por su parte, hasta el máximo permitido por la ley deberá compensar a Zesta. En caso contrario, Zesta contribuirá con los daños pertinentes sufridos.

9. Plazos:

Este contrato será efectivo en el momento que haga clic en el botón “Acepto” y si usa, copia o instala el software de otra manera quedará como aceptación de los términos y condiciones impuesto en este contrato.

Nota Legal

La nota legal recoge los datos de sus administradores para demostrar que se rigen bajo la ley vigente. Actualmente no es necesario la existencia de esta en todos los negocios electrónicos, pero sí que es recomendable.

Si se recibe cualquier ingreso ya sea por compraventa, patrocinio o publicidad, requiere de nota legal. Este es nuestro caso.

A continuación mostramos el texto que contendrá nuestra nota legal en su correspondiente apartado de la aplicación:

La nota legal regula el uso de Zesta. Nuestra recomendación es que lea atentamente las condiciones antes de que comience con su uso.

Estos son los datos de nuestro portal web:

Titular: Zesta S.L

Dirección: (cuando la tengamos).

Información de contacto: (cuando la tengamos)

Datos registrales: Registro mercantil (cuando lo tengamos)

NIF: (cuando lo tengamos)

USUARIOS

Es obligatorio el conocimiento de que si accedes a nuestra aplicación adquieres la condición de usuario, estando desde ese momento sin excepción de acuerdo con el contenido de este apartado. Por tanto, es muy recomendable que antes de utilizar nuestros servicios, leas todo los documentos relacionados con las condiciones generales.

USO DEL PORTAL, SUS SERVICIOS Y CONTENIDOS

Puedes utilizar el Portal de Zesta de forma gratuita sin que ello afecte a que determinados servicios nos obliguen a tratar tu información para poder acceder a ellos, y te avisaremos en cada caso.

Como usuario, acepta:

1. Si necesitas acceder a determinados servicios a través de nuestro portal, deberás cumplimentar el formulario de acceso, información veraz y actualizarla en cualquier momento. No debes olvidar que serás el único responsable de las manifestaciones falsas o incorrectas que facilites y de los perjuicios que puedan ocasionar Zesta o terceros por la información facilitada.
2. No va a utilizar la aplicación con fines ilícitos o para dañar a ningún tercero.

Le informamos que están prohibidas una serie de acciones relacionadas con el contenido de la aplicación y / o servicios, tales como información, texto o imágenes. Esto incluye la información y catálogo de las tiendas.

MODIFICACIÓN UNILATERAL

Dado que en Zesta siempre vamos a mejorar, es posible que modifiquemos la información o estructura de la aplicación sin previo aviso. Así mismo, también informamos que Zesta puede modificar las condiciones generales, siempre avisando con un tiempo razonable mediante el medio que nos hayas facilitado.

RESPONSABILIDAD DEL USUARIO POR DAÑOS Y PERJUICIOS

El uso de la aplicación se hará bajo tu exclusiva responsabilidad, quedando exonerado, Zesta de los daños que cause el usuario a terceros por un uso contrario a los establecidos en nuestras políticas. Esta responsabilidad se extenderá al uso que tú o cualquier persona haga de la aplicación. El único responsable será el usuario que esté autenticado y haya realizado este acto aunque en la realidad no se trate de la misma persona.

Es importante que conozcas que si incumples alguna de nuestras cláusulas de condiciones generales, se te puede vetar el acceso a nuestros servicios sin aviso previo y de manera inmediata.

EXCLUSIÓN DE GARANTÍAS Y RESPONSABILIDAD

En Zesta te proporcionamos un servicio de calidad con un nivel muy aceptable, no obstante no podemos garantizar ni hacernos responsables en ningún caso de los siguientes perjuicios que puedan derivar de las siguientes cosas:

1. La falta de disponibilidad debido al mantenimiento del servicio o aplicación.
2. La adecuación o aceptación de tu parte de lo que esperas de la aplicación o expectativas.
3. La existencia de virus o ataques informáticos que puedan acceder al contenido de la aplicación.
4. El uso ilícito, negligente, fraudulento, contrario a las presentes Condiciones Generales, a la buena fe, a los usos generalmente aceptados o al orden público, del Portal, sus Servicios o Contenidos, por tu parte.

DURACIÓN

La aplicación tiene carácter indefinido, no obstante podremos interrumpir, suspender o terminar el servicio por diferentes razones de las que avisaremos sin falta.

LEGISLACIÓN APLICABLE Y JURISDICCIÓN

A cualquier litigio o conflicto derivado de las presentes condiciones o por el uso del portal, sus contenidos o servicios, o relacionados con los mismos, se aplicará la legislación española, sin que ello afecte a las aplicaciones que puedan estar relacionadas con el mismo. Tanto Zesta como tu se comprometen a aceptar la jurisdicción exclusiva del juzgado de su domicilio (siempre que el domicilio esté situado en España) para resolver los requisitos derivados de estas condiciones generales, las condiciones específicas del servicio o relacionadas con las mismas. No obstante, si su domicilio no se encuentra en España, tanto usted como Repsol acuerdan someterse a la jurisdicción exclusiva de los tribunales de España.