



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Escuela de Ingeniería Informática



DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO DE UNA ASESORÍA INFORMÁTICA PARA EL SECTOR TURÍSTICO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, DICIEMBRE DE 2013

AUTOR: ALICIA BÁRBARA EXPÓSITO SANTANA

TUTOR: JACQUES BULCHAND GIDUMAL

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
ESTADO ACTUAL Y OBJETIVOS	9
COMPETENCIAS	11
APORTACIONES	13
NORMATIVA Y LEGISLACIÓN	15
RESUMEN EJECUTIVO	17
IDEA	20
DESARROLLO	22
ETAPA 1	23
ETAPA 2	34
ETAPA 3	49
CONCLUSIONES	60
ANEXOS	
ANEXO 1. LIENZOS	66
ANEXO 2. ENCUESTAS ETAPA 1	70
ANEXO 3. ENCUESTAS ETAPA 2	115
ANEXO 4. ENCUESTAS ETAPA 3	132
ANEXO 5. CATÁLOGO DE SERVICIOS	147
ANEXO 6. CÁLCULO DE PRECIOS	149
BIBLIOGRAFÍA	155

INTRODUCCIÓN.-

INTRODUCCION

Durante muchos años, la forma de planificar la creación de un negocio se limitaba a la creación de un plan de negocios. Se ideaba un negocio o producto suponiendo las necesidades del posible cliente y se ejecutaba este plan hasta introducir el producto o servicio en el mercado. Esto es conocido como estrategia push, que consiste en empujar o lanzar al mercado un producto o servicio. Sin embargo, la tendencia actual es hacerlo en la dirección contraria, es decir, buscar la necesidad real existente en el mercado y luego diseñar un producto acorde a esta carencia. A esto se le conoce como estrategia pull, basadas en tirar, es decir, encontrar el hueco en el mercado para nuestro servicio.

Existe una gran diferencia entre un plan de negocios y un modelo de negocios. El primero se trata de un documento para planificar la organización y administración de la empresa, es estático y no se va modificando. El segundo consiste en un modelo modificable que va variando tras diferentes iteraciones, el cual es útil como primer paso para la creación de negocios o empresas start-ups, mientras que el plan de negocios pasa a ser un segundo paso con el que concretar la ejecución para llevar a cabo la idea plasmada en el modelo de negocio.

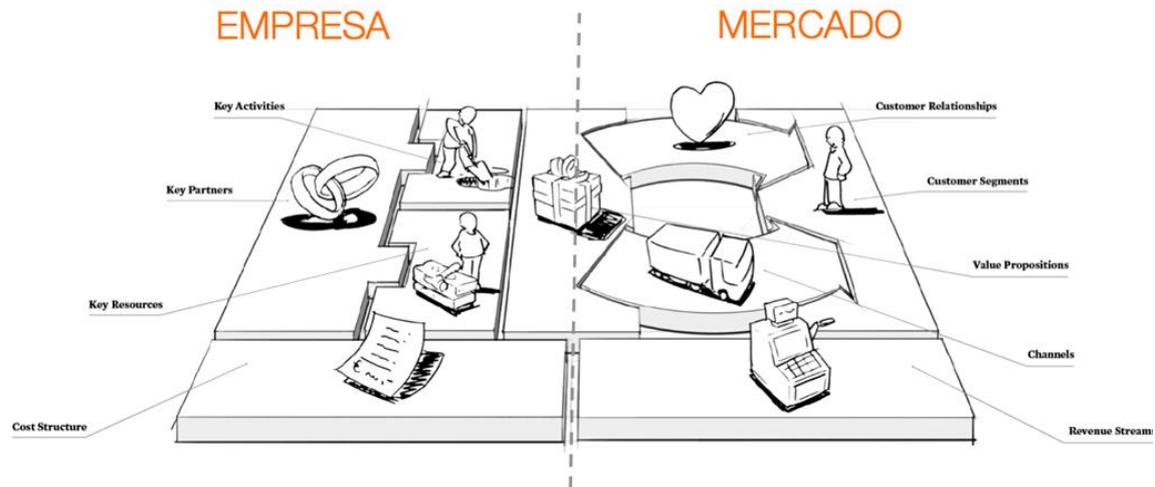
Lo más importante a tener en cuenta no es la idea de negocio existente en base a suposiciones de lo que el cliente necesita, sino al cliente mismo y sus necesidades reales, teniéndolo como fundamento para la creación y evolución del modelo de negocio. A pesar de esto es muy difícil diseñar un modelo de negocio desde cero, no consiste en copiar a la competencia o tomarla como punto de referencia, sino crear un nuevo concepto de negocio que satisfaga las necesidades no cubiertas y quizá tampoco descubiertas de clientes insatisfechos.

Es por ello que las metodologías de desarrollo ágil y las herramientas que nos ofrecen son tan útiles para desarrollar un modelo de negocio. Lo más realista es ir verificando iteración tras iteración los conceptos que formarán nuestro negocio hasta disponer de un modelo de negocio validado y funcional, tras el cual se procede a la creación de un plan de negocios para llevar a la práctica y hacer real este modelo.

Una forma estupenda para realizar modelos de negocio y conceptual y ordenar visualmente los factores clave del mismo es el método del lienzo creado por Alexander Osterwalder. Es un método visual con el que organizar las diferentes áreas de un negocio en una plantilla que va modificándose de forma interactiva.

Dado que este proyecto consiste en la creación desde cero de un modelo de negocio, es adecuada la utilización de esta metodología, ya que la información de negocios similares al que se propone es escasa.

Los aspectos clave de la empresa se ven visualizados en nueve bloques en los que se engloba la oferta, el cliente, el modelo económico y la infraestructura.



La **oferta** se ve representada en un módulo, que es llamado propuesta de valor, el cual consiste en la descripción de los productos o servicios que satisfacen las necesidades o resuelven los problemas de los potenciales clientes, es decir, es el valor del negocio. Algunos de los elementos que crean este valor para el cliente son la personalización o customización de servicios o productos, las mejoras de productos o servicios ya existentes en el mercado, la novedad de un servicio, la ayuda al cliente en la realización de trabajo o resolución de un problema, los precios competentes, las marcas de calidad o el diseño atractivo entre otros.

El **cliente** se ve reflejado en tres módulos diferentes. El primero es llamado segmentos de mercado y consiste en la definición de las personas o clientes a los que está dirigidos la empresa o negocio, que además pueden ser divididos según sus características en común a fin de diseñar la propuesta de valor acorde a cada uno de los diferentes grupos formados. El tipo de mercado puede ser un mercado de masas, diversificado, segmentado, etc. El segundo es el módulo de relaciones con los clientes, donde se describen los tipos de relaciones que se mantienen entre la empresa y el cliente y pueden ir desde relaciones personales a servicios automatizados. El tercer y último módulo centrado en el cliente es en el que encontramos los canales. En él se explican las vías de comunicación entre la empresa y los diferentes segmentos de mercado. El objetivo de esta comunicación es ofrecer la propuesta de valor, permitir su evaluación y facilitar un servicio post-venta eficaz.

El **modelo económico** de la empresa se representa mediante dos módulos. Las fuentes de ingresos tratan los ingresos de la empresa y las diferentes formas de

generarlos. La estructura de costes refleja los costes iniciales del negocio teniendo en cuenta los costes fijos y variables de la misma.

Finalmente, la **infraestructura** se ve definida mediante tres módulos. El primero es el módulo de recursos clave, que contiene la descripción de los recursos más importantes para el negocio y que la hacen funcionar de forma adecuada, y que no se trata sólo de recursos físicos sino también recursos intangibles tales como recursos humanos o los know-how. El segundo se trata de los socios clave, y define los proveedores y asociaciones que permitirán el funcionamiento de la empresa. El tercero y último contiene la descripción de las actividades clave, en el que se definen las tareas básicas y fundamentales que la empresa debe realizar para garantizar el correcto funcionamiento de la misma.

ESTADO ACTUAL Y OBJETIVOS

ESTADO ACTUAL

Tradicionalmente, la estrategia a seguir para la creación de una start-up, era comenzar con el desarrollo de un plan de operaciones y un modelo financiero, a fin de ejecutarlos y hacer que el negocio tuviera éxito. Sin embargo, en la actualidad está demostrado que la realización de los mismos como primer paso es un error, ya que los comienzos de una start-up son imprevisibles. Por eso, la realización de un plan de negocio debe ser un segundo paso, mientras que en un primer lugar deben quedar los datos reales del negocio, que son los que moverán la empresa durante sus primeros años de supervivencia en el mercado.

Para ello, el modelo del lienzo de Alexander Osterwalder es sumamente útil, ya que ayuda a organizar y relacionar los datos e información relevantes para el negocio de una forma visual y sencilla. Éste método está empleándose ampliamente en la actualidad, ya que permite obtener información real y otorga más seguridad y estabilidad a las start-ups.

OBJETIVOS

El objetivo final de este proyecto es obtención de un modelo de negocio de una asesoría informática para pequeñas y medianas empresas que esté centrada en el sector turístico, en concreto, en negocios de hostelería tales como restaurantes y cafeterías.

Se desea obtener un lienzo con un modelo, refinado a lo largo de diferentes etapas, y validado, a fin de contar con la verificación del mismo por parte de los clientes.

Además, se conseguirá un catálogo de servicios definido y con los precios concretados.

COMPETENCIAS

Las competencias cubiertas en este proyecto se indican y detallan a continuación:

CI102: Capacidad para planificar, concebir, desplegar y dirigir proyectos, servicios y sistemas informáticos en todos los ámbitos, liderando su puesta en marcha y su mejora continua y valorando su impacto económico y social.

Esta competencia queda cubierta ya que ha sido necesaria una buena organización de tiempo a lo largo de las diferentes etapas que abarca el proyecto, además de dejar explicado en la última de las mismas las posibles mejoras del modelo de negocio, así como la explicación de la fijación de los precios para el catálogo de servicios.

CI118: Conocimiento de la normativa y la regulación de la informática en los ámbitos nacional, europeo e internacional.

En este proyecto se ha tenido en cuenta la normativa vigente respecto a la ley orgánica de protección de datos, ya que el negocio gestionaría datos de terceros en redes sociales y otros.

TFG01: Ejercicio original a realizar individualmente y presentar y defender ante un tribunal universitario, consistente en un proyecto en el ámbito de las tecnologías específicas de la Ingeniería en Informática de naturaleza profesional en el que se sintetizen e integren las competencias adquiridas en las enseñanzas.

Esta última competencia queda cubierta al haberse realizado este proyecto, siendo necesarios conocimientos de esta área de la ingeniería informática, y al realizar la presentación y defensa ante un tribunal universitario próximamente.

APORTACIONES

El número de empresas que ofrecen servicios informáticos está en pleno auge, siendo cada vez mayor. Por tanto, es necesario encontrar puntos de diferenciación con respecto a ellas, procurando ofrecer un servicio personal y atrayente.

Este trabajo se ha realizado a fin de obtener un modelo de negocio atractivo y un catálogo de servicios que aporten valor a los potenciales clientes en específico, además de otorgar a la empresa que los pudiera desarrollar una base verificada del modelo de negocio y los posibles siguientes pasos a realizar.

NORMATIVA Y LEGISLACIÓN

En la realización de este proyecto se ha tenido en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos, ya que se está tratando con datos personales, además de que la mayoría de los servicios ofrecidos tienen relación con páginas web o redes sociales varias.

Por otro lado, también se trata con el concepto de software libre, el cual suele estar disponible gratuitamente o a precio de costo, lo cual se ha tenido en cuenta debido a la concesión de licencias de uso.

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

Mediante la utilización del modelo de desarrollo del cliente, un lienzo inicial donde se refleja el modelo de negocio de una asesoría informática para PYMES centrada en la hostelería, se ha visto sujeto a modificaciones a lo largo de un proceso de tres etapas. El objetivo final de este proyecto es la obtención de un modelo de negocio y un catálogo de servicios, aportando también todas las encuestas realizadas a los diferentes negocios en la isla de Gran Canaria.

El modelo de negocio consistiría en una empresa que ofreciera servicios informáticos como diseño, creación de páginas web, alta en redes sociales, instalación y mantenimiento de redes, servicio técnico e instalación y mantenimiento de sistemas de gestión, que podrían ofrecerse en forma de paquetes de servicios con cuotas mensuales. Para dar a conocer el modelo de negocio los canales serían la publicidad por medios varios como publicidad en redes sociales. La comunicación se establecería mediante asistencia telefónica o correo electrónico. Además, la empresa subcontrataría el desarrollo web y el servicio técnico.

En la primera etapa del proceso, se realizaron veintidós encuestas. Los resultados obtenidos fueron, por una parte, la focalización del segmento de mercado en restaurantes y cafeterías, la necesidad de ofrecer un servicio que aporte valor a empresas que ya dispusieran de publicidad web y la confirmación de que los servicios únicos son interesantes para los negocios, además de que el pago podría realizarse en efectivo o mediante domiciliación bancaria. Por otro lado, la instalación y el mantenimiento de redes se desestimaron como servicio a ofrecer en la propuesta de valor, así como la necesidad de un local físico o la publicidad mediante páginas amarillas.

En la segunda etapa se realizaron dieciséis encuestas. Además de confirmarse los nuevos aspectos añadidos al lienzo, se añadió al lienzo los negocios de nueva apertura al segmento de mercado, el uso de mensajería instantánea como medio de comunicación por parte de los clientes. También se añadió un paquete de servicios especiales para negocios de nueva apertura y la actualización de información online como actividad clave del modelo de negocio.

En la última etapa se realizaron catorce encuestas utilizando un catálogo de servicios con los precios concretados. Se validaron todos los aspectos añadidos al modelo de negocio y, debido a que la información obtenida no hace variar el modelo de negocio, no necesita más modificaciones y se da por concluido el proceso aunque podría continuarse con las instrucciones aportadas al final del desarrollo de la misma etapa.

Finalmente, las conclusiones obtenidas muestran los resultados favorables sobre el modelo de negocio, así como las claras preferencias de los clientes respecto a cada una de las opciones dadas en cada bloque del lienzo y sus especificaciones:

- El segmento de mercado se ha validado finalmente como restaurantes, cafeterías y negocios de nueva apertura, mostrando estos un elevado interés por los servicios y deseando, además, un paquete de servicios específico para ellos. Éste resultado se ha visto claramente en la tercera etapa, ya que en la segunda el porcentaje de negocios interesados descendió, lo cual fue útil para identificar el foco de atención de los servicios y redirigir el modelo de negocio a los potenciales clientes, con lo que en la última etapa el porcentaje aumentó notablemente.
- La forma de relacionarse con los clientes se resolvió rápidamente en la primera etapa, percibiendo que un local no era un recurso imprescindible. Con ello, el contacto se establecería de forma telefónica y, en caso de negocios que hubieran contratado algún servicio que requiriera contacto de forma regular, mediante mensajería instantánea.
- Los canales para dar a conocer el modelo de negocio serían la publicidad repartida directamente al cliente, así como vía internet en redes sociales.
- La fuente de ingresos ha ido variando a lo largo del proceso, pero finalmente se permitirían los servicios únicos con pago único y los servicios en paquetes personalizados con cuotas mensuales, realizándose el cobro en efectivo o mediante domiciliación bancaria.
- La propuesta de valor también se ha visto sometida a cambios, aunque no de gran importancia. Finalmente en la tercera etapa se ha obtenido en forma de catálogo de servicios (ver Anexo 5).
- Las los recursos clave y la estructura de costes está directamente relacionada. Se resolvió en parte durante la primera etapa, eliminando el local como recurso, y en la tercera etapa al decidirse trabajar con software libre. Por otro lado, al decidirse no proceder a la subcontratación de los servicios de una empresa de desarrollo web, esto se reflejó en las asociaciones clave además de en la estructura de costes.
- Finalmente, las actividades clave serían la gestión de información, resolución de problemas y actualización de la información online de los negocios.

IDEA.-

IDEA

Para comenzar un negocio las suposiciones son un buen punto de inicio, pero existe una alta probabilidad de que haya errores o equivocaciones, por lo que es necesario convertir estas hipótesis en datos reales para evitar gastos innecesarios o incluso el fracaso.

El proceso de desarrollo del cliente toma como inicio las hipótesis de un lienzo para transformarlo en algo visual y poder convertir estas ideas en información y conocimiento. Para ello es necesario hablar con los potenciales clientes para asegurarse de que las hipótesis son correctas o ir cambiándolas, de forma que el lienzo se vaya refinando y se pueda descubrir nuevas hipótesis o datos que al principio se desconocían. El objetivo final es encontrar una propuesta de valor adecuada para cada segmento de mercado con el que trabaje la empresa.

Este tipo de desarrollo supone una gran diferencia a las metodologías tradicionales, que se basaban en la creación de un producto y su venta por medio de directores ejecutivos u otros empleados, mientras que según el proceso de desarrollo del cliente es el mismo fundador de la empresa quien debe hablar con los clientes y transmitir la visión de su producto, a fin de hacer más provechoso y menos costoso el desarrollo de una start-up, a la vez que realista. Fuera de la oficina, el fundador tiene que identificar los problemas o necesidades de los clientes y aumentar su conocimiento del sector, de forma que las hipótesis dejen de ser implícitas para ser explícitas. Mediante la creación de pruebas, experimentos o trato personal, es posible analizar los datos obtenidos y convertirlos en conocimiento para la corrección de las hipótesis para, posteriormente, dirigirse a otro segmento de mercado o cambiar la propuesta de valor.

Este proyecto consiste en la verificación y validación de un lienzo donde se representa un modelo de negocio para una start-up centrada en el asesoramiento informático.

El proceso a seguir comienza desde un lienzo con hipótesis iniciales que mediante entrevistas se irá modificando, y que terminará cuando el lienzo no deba ser modificado de nuevo. Con esto se obtendrán unas hipótesis verificadas y validadas por el cliente.

DESARROLLO.-

DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO SEGÚN LA METODOLOGÍA DEL DESARROLLO DEL CLIENTE

ETAPA 1

La idea inicial del negocio consiste en la creación de una asesoría informática dedicada a pequeñas y medianas empresas. Para ello se ha creado un primer lienzo donde se refleja el modelo de negocio inicial (ver Anexo 1, Figura 1).

La empresa consistiría en una asesoría informática centrada en pequeñas y medianas empresas del sector terciario, concretamente hostelería. Ésta ofrecería una serie de servicios tales como el diseño y creación de una página web, alta en redes sociales, instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios, actualización de contenido multimedia, instalación y mantenimiento de redes, así como servicio técnico.

Estos servicios podrían ofrecerse en forma de paquetes personalizados. Así un negocio podría tener un paquete de servicios que se ajuste a sus necesidades. De esta forma se cerraría un contrato anual con pagos de cuotas mensuales, periodo durante el cual el negocio dispondrá de garantía de cobertura para los servicios contratados.

Para dar a conocer el modelo de negocio, sería necesaria la existencia de un local físico y publicidad en redes sociales, páginas amarillas y publicidad específica a los potenciales clientes de forma personal. Para contactar con los clientes la vía a utilizar será la comunicación telefónica o asistencia mediante correo electrónico.

Además, de forma interna, la empresa subcontrataría el servicio técnico y los servicios de una empresa de desarrollo web. De esta forma, las actividades principales de la empresa serían la gestión del contenido multimedia de negocios y la resolución de problemas TIC y los recursos a necesitar serían un local físico donde ubicar el negocio, licencias de software para su instalación y recursos humanos para la gestión de contenidos.

El proceso a seguir en esta primera etapa consiste en verificar los nueve bloques de forma que se confirme:

1. El **segmento de mercado**, un nicho de mercado en el sector hostelería, es decir, restaurantes, cafeterías, pisolabis y otros negocios del sector.
2. La **relación con los clientes**, que se realiza mediante asistencia personal o uso de teléfono o correo electrónico.

3. Los **canales** para dar a conocer la empresa son las redes sociales, las páginas amarillas, un local físico al que los potenciales clientes puedan acercarse y el reparto de publicidad específicamente en el local del cliente.
4. La **fuentes de ingresos**, que consiste en cuotas por paquetes de servicios.
5. La **propuesta de valor**, siendo ésta un catálogo de servicios específico y paquetes personalizados por un tiempo específico de tiempo.
6. Las **actividades clave**, que son la resolución de problemas y la gestión de información.
7. Los **recursos clave**, que son recursos humanos para la gestión de contenidos multimedia, un local físico y software disponible para instalar.
8. Las **asociaciones clave**, que son empresas de servicio técnico a la que realizar subcontrataciones y empresas de desarrollo web a la que realizar subcontrataciones.
9. La **estructura de costes**, que se basa en subcontrataciones, gastos de recursos humanos, licencias de software y los gastos del local.

En esta primera etapa se realizarán encuestas a fin de verificar la validez del modelo de negocio para los potenciales clientes, someter el lienzo del modelo de negocio a los cambios necesarios y obtener información que valide características del mismo.

Para esto se han realizado veintidós encuestas en las zonas de Las Palmas de Gran Canaria, Siete Palmas y la zona norte de la isla (ver Anexo 2).

A continuación se analizan los datos obtenidos mediante las encuestas, según los diferentes bloques del modelo de negocio reflejado en el lienzo.

SEGMENTO DE MERCADO

Mediante el análisis de los datos obtenidos gracias a las encuestas realizadas podemos, primeramente, observar el interés de las empresas hosteleras. No todos los negocios de nueva apertura entrevistados mostraron interés en el modelo de negocio, aunque la mayoría afirman que contratarían los servicios de la misma. Aún así, de los negocios de no nueva apertura, el 30% mostró interés (Ver Figura 2), lo cual es llamativo y podría ser de utilidad para futuras iteraciones, ya que podría poner en duda para qué tipo de negocios debería estar centrado nuestro modelo de negocio, habiendo esto de confirmarse en próximas iteraciones, ya que el número de negocios entrevistados aún es bajo.

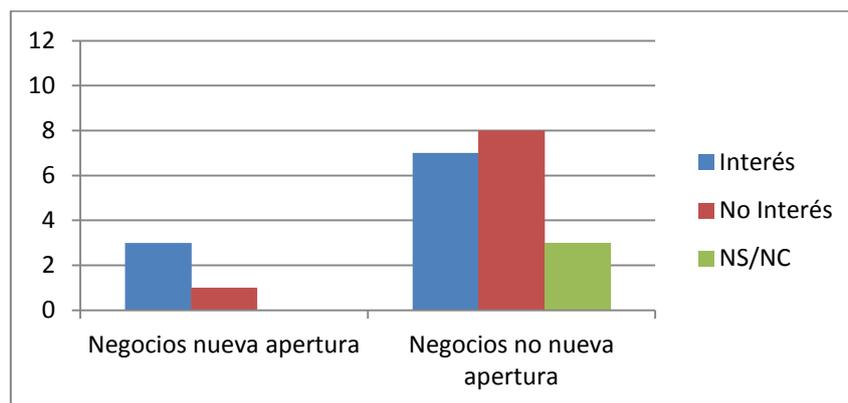


Figura 1

	Interesados	No interesados	NS/NC
Nueva apertura	75%	25%	0
No nueva apertura	38,8%	44,4%	16,6%

Figura 2

El porcentaje de negocios de no nueva apertura que no mostraron interés asciende a un 44,4%. Debido a esto, el sector del mercado al que la empresa está dirigida podría verse afectado y cambiar para concretarse, ya que no todos los negocios del sector hostelería estarían interesados en este tipo de servicios. Para ello, es necesario analizar y estudiar qué tipos de negocios no muestran interés y si comparten alguna característica en común, a fin de precisar los potenciales clientes y valorar ofrecerles a los no interesados algún servicio específico para ellos.

A raíz de los resultados obtenidos observamos que los negocios no interesados en estos servicios son los restaurantes familiares que no son de nueva apertura, los pisolabis, y en general, cafeterías y restaurantes situados en zonas céntricas con clientela fija. A pesar de esto, existe también un número de cafeterías interesadas, por lo que no es posible descartar este tipo de negocio como posible nicho de mercado (Ver Figura 3).

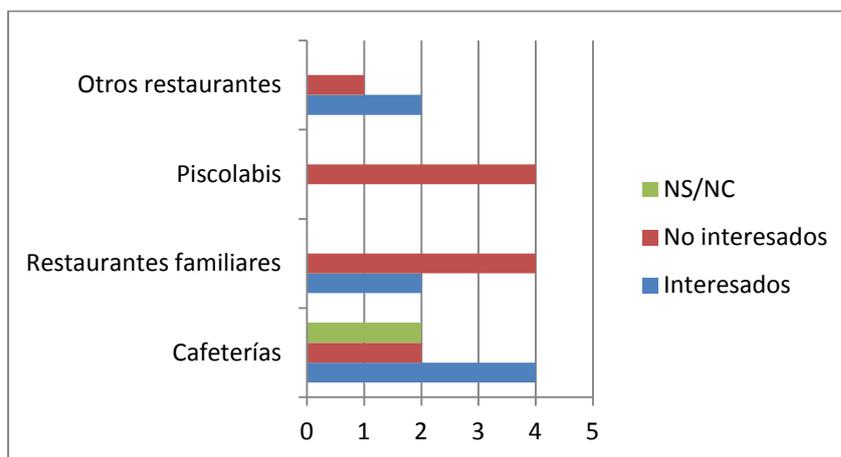


Figura 3

Repasando la información obtenida en las encuestas realizadas (Anexo 2), podemos apreciar una serie de características comunes para cada tipo de negocio y así, obtener un patrón general para cada uno.

En su mayoría, los restaurantes familiares prefieren no tener publicidad, sino ser conocidos por el boca a boca y tener una clientela fija. Son regentados por personas de edad avanzada con cierto rechazo a las nuevas tecnologías, no buscando publicitarse por este medio. Sin embargo, los restaurantes familiares dirigidos por personas jóvenes sí que muestran interés, mientras que los restaurantes no familiares se muestran indecisos.

Para los negocios tipo píscolabis no es posible establecer un patrón tan amplio como en el caso anterior, pero en líneas generales, no tienen interés en ninguno de los servicios, y prefieren ahorrar gastos.

En cuanto a las cafeterías, es posible observar tres tipos de comportamiento. Los negocios de nueva apertura que han sido entrevistados han sido en su mayoría cafeterías, y todas ellas se mostraron interesadas en el modelo de negocio, aunque interesadas por precios competentes y asequibles para el momento por el que están pasando. Por otro lado, las cafeterías situadas en zonas de paso o céntricas no están interesadas en los servicios ni en publicitarse ya que tienen una clientela variable. Finalmente hay una minoría de cafeterías que sí buscan publicitarse y están interesadas en el modelo de negocio y que comparten la característica de estar gestionadas por personas jóvenes y emprendedoras, quedando los restaurantes y cafeterías como principales clientes.

Por tanto el lienzo, en este aspecto evolucionaría de la siguiente forma:

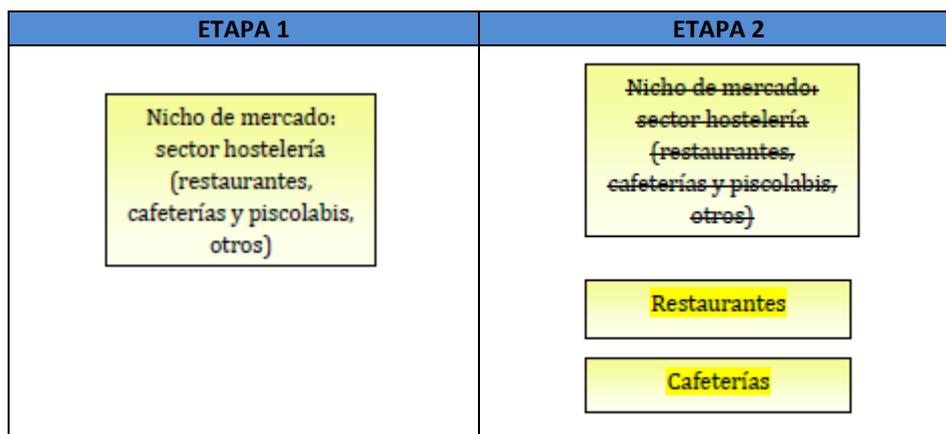


Figura 4

RELACION CON LOS CLIENTES

La relación con los clientes se encuentra equilibrada, ya que el 50% de los encuestados que han respondido confirma la necesidad de un local físico a la vez que teléfono de contacto, a la par que el otro 50% confirma únicamente la necesidad de teléfono.

Del total de los encuestados, esto supone que solamente el 27,27% afirma necesitar un local, así que se desestima por el bajo porcentaje que esto representa y por ser un gasto que se puede considerar innecesario a la luz de estos resultados.

CANALES

En cuanto a la forma de ponerse en contacto con los potenciales clientes y dar a conocer el negocio, se han propuesto diferentes opciones: publicidad en páginas amarillas, publicidad en facebook, publicidad repartida específicamente en el local del cliente, y, finalmente, mediante la existencia de un local físico al que los potenciales clientes puedan acercarse a informarse de los servicios.

Los resultados de las entrevistas muestran que el 72,72% piensa que la mejor opción para darse a conocer es el reparto de la publicidad en el local del cliente. De este porcentaje, el 9% opina que la publicidad en facebook también es una herramienta viable. Así, el 27,27% restante no se decanta por ninguna de ambas opciones.

Por otra parte, varios entrevistados comentan la inutilidad de publicitarse mediante las páginas amarillas, que, sumado a los resultados totalmente

desfavorecedores con respecto a la utilización de este medio, provoca que se desestime para la próxima iteración y no se valore como una opción viable para dar a conocer el modelo de negocio. Finalmente, resulta llamativo que nadie haya aceptado la posibilidad de dirigirse al local del negocio a informarse y debido a lo estudiado en la viabilidad de tener un local físico mediante el análisis de la relación con los clientes, se desestima como recurso y canal.

De esta forma el lienzo evolucionará de la siguiente manera:

ETAPA 1	ETAPA 2
Redes sociales	Redes sociales
Lugar físico	Lugar físico
Páginas amarillas	Páginas amarillas
Reparto de publicidad específicamente	Reparto de publicidad específicamente

Figura 5

FUENTE DE INGRESOS

Respecto a la confirmación de la presentación de los servicios en forma de paquetes personalizados que han de remunerarse mensualmente formando un contrato anual, sólo el 81,81% ha opinado. Dentro de este porcentaje existe una gran variedad de opiniones. A pesar de que inicialmente el modelo de negocio ofrecía paquetes de servicios, esto sólo ha mostrado un interés del 38,88%. Por consecuencia, habría de pensar que el servicio único es más aceptado, pero también es aceptado con un 38,88%. Además, el 22,22% de los negocios están interesados en ambas ofertas, los servicios en paquetes y en uso único (ver Figura 6).



Figura 6

En cuanto a la preferencia del pago en efectivo o la domiciliación bancaria, el 27,27% prefiere el pago en efectivo, siendo éstos principalmente cafeterías. Por el contrario, el 13,63% se muestra a favor de utilizar únicamente el pago domiciliado, aunque la opinión más extrema es la del 9,09% de los encuestados, que se muestra totalmente en contra de la domiciliación bancaria. Finalmente, hay un 22,72% que se muestra a favor de ambas opciones, siendo el 27,27% restante los negocios que no se decantan por ninguna de ambas opciones (ver Figura 7).

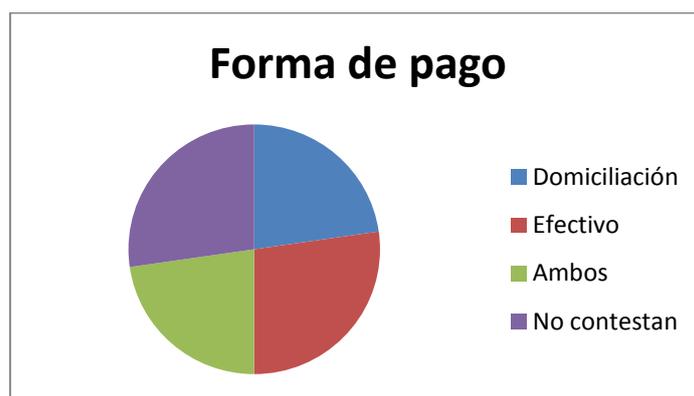


Figura 7

Podemos apreciar una ligera preferencia por el pago en efectivo. A pesar de ello, y debido a que existe un porcentaje elevado que no contesta o no se decanta entre ambos, en la próxima etapa de entrevistas se procederá a valorar la preferencia entre ambas opciones.

La forma en que cambiará el modelo de negocio en este aspecto lo vemos en la siguiente figura:

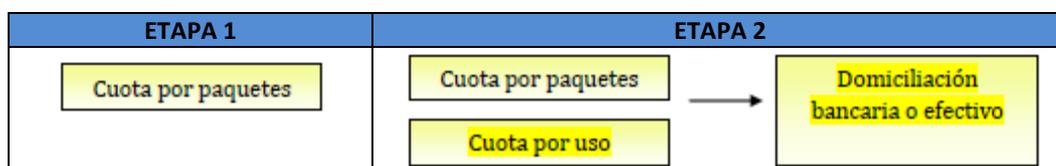


Figura 8

PROPUESTA DE VALOR

Por otro lado, el número de negocios entrevistados que dispone de página web es del 31,81% y los negocios que tienen perfil en redes sociales asciende al 45,45%, aunque no todos han mostrado interés en el modelo de negocio. Por ello hay que

valorar los porcentajes de empresas que sí mostraron interés. Los resultados son que solamente el 30% dispone de página web, mientras que el 60% de los mismos ya dispone al menos un perfil en de redes sociales.

A fin de poder ofrecer un servicio que aporte valor real y atraer a clientes que ya tienen algún perfil en redes sociales se considerará la opción de proporcionar un servicio de alta en redes sociales basadas en localización web, lo cual habrá que validarlo en próximas iteraciones.

Asimismo, el 18,18% de los negocios ha comentado la necesidad de una garantía temporal de mínimo un año, lo cual es información útil para contemplar en el siguiente lienzo a validar.

Por otra parte, la instalación y mantenimiento de redes como parte del catálogo de servicios se ve desestimada, ya que los negocios encuestados no muestran interés por este tipo de servicio. Con ello, se eliminará de la propuesta de valor del siguiente lienzo a validar.

Finalmente, en líneas generales, los negocios mostraron interés por la instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios así como por el servicio técnico, con lo que se mantendrá en el próximo lienzo.

Así, el modelo de negocio se verá afectado:

ETAPA 1	ETAPA 2
<p data-bbox="368 1223 743 1653"> Catálogo de servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y creación de página web • Alta en redes sociales • Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios • Actualización de contenido multimedia • Instalación y mantenimiento de redes • Servicio técnico </p> <p data-bbox="368 1688 743 1816"> Personalización de paquetes de servicios por un tiempo específico de tiempo </p>	<p data-bbox="847 1223 1222 1688"> Catálogo de servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y creación de página web • Alta en redes sociales tipo foursquare • Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios • Actualización de contenido multimedia • Instalación y mantenimiento de redes • Servicio técnico </p> <p data-bbox="847 1688 1222 1816"> Personalización de paquetes de servicios por un tiempo específico de tiempo de mínimo un año </p>

Figura 9

ACTIVIDADES CLAVE

Finalmente, debido a lo comentado respecto a la propuesta de valor, existe un amplio mercado en las actividades de gestión multimedia y resolución de problemas, habiendo esto de confirmarse en próximas iteraciones. Además, existe un claro interés en la publicidad web, lo cual también se valorará.

RECURSOS CLAVE

Los recursos clave serían, por una parte, recursos humanos para gestionar el contenido multimedia, lo cual habrá de confirmarse en próximas iteraciones, a fin de saber con certeza, si la gestión multimedia es interesante para los clientes, y si no, eliminar este recurso clave del lienzo. Por otra parte, las licencias de software son un recurso imprescindible, ya que al ofrecer instalación de sistemas de gestión y software varios, necesitamos dichos programas para instalar. Finalmente el local físico se trataba de un recurso clave al principio de esta etapa, pero tras la realización de las encuestas, se concluye que no es necesario, lo cual permitirá abaratar costes y ahorrar gastos.

De esta forma el lienzo variará:

ETAPA 1	ETAPA 2
RRHH para gestionar contenido multimedia	RRHH para gestionar contenido multimedia
Local físico	Local físico
Software para instalar	Software para instalar

Figura 10

ASOCIACIONES CLAVE

Las asociaciones clave serán a la subcontratación del servicio técnico y del desarrollo web, Dado que en principio se procederá a la subcontratación de estos servicios.

ESTRUCTURA DE COSTES

Los gastos que tendrá que afrontar la empresa son las subcontrataciones a una empresa de servicio técnico, subcontrataciones a una empresa de desarrollo web, los gastos de licencias de software y los gastos en recursos humanos. En lo que respecta al local, deberá eliminarse del lienzo en la etapa siguiente, ya que no se dispondrá del mismo.

CONCLUSIONES

Las características del lienzo que se han visto validadas hasta el momento son la necesidad del uso del teléfono, la utilización de canales como redes sociales y reparto de publicidad, el diseño de paquetes y pago por cuotas y la gestión multimedia como actividad clave. En contraposición, las características a cambiar son la necesidad imperiosa de un local físico y publicidad en páginas amarillas, el amplio sector hotelero como nicho de mercado, la oferta de paquetes de servicios como única forma de venta de los mismos y la instalación y mantenimiento de redes como parte de la propuesta de valor.

Con todo esto, podemos obtener varias conclusiones:

1. En zonas céntricas y comerciales los negocios de hostelería con antigüedad no están interesados, ya que tienen una clientela fija, están en zonas de paso o son publicitados por el boca a boca.
2. Los restaurantes familiares, los bares y los restaurantes que se han transformado en bares locales no están interesados debido a que tienen una clientela fija o al rechazo a las nuevas tecnologías.
3. Es necesario ofrecer precios competentes, ya que muchos negocios no quieren realizar una inversión elevada para publicitarse o darse a conocer en internet.
4. Los negocios de nueva apertura o regentados por personas jóvenes están muy interesadas en los servicios y quieren tener un único proveedor que les gestione todo lo relacionado con publicidad en la red.
5. Varios negocios han solicitado una garantía temporal para asegurar la calidad del servicio que recibieran.
6. Se ofrecerán servicios de alta en redes sociales basadas en localización geográfica a fin de atraer clientes que ya dispongan de perfil en redes sociales varias.

Finalmente el lienzo debe cambiarse para adaptarse a las necesidades del mercado que han sido descubiertas y se procederá a la validación del mismo en una segunda iteración. En la siguiente etapa se procederá a realizar encuestas en la zona de Las Palmas de Gran Canaria y se visitará de nuevo a algunos de los negocios ya entrevistados que mostraron interés para poder obtener más información.

ETAPA 2

El segundo lienzo de negocio (ver Anexo 1, Figura 2) es el resultado de modificar el lienzo anterior acorde a los resultados extraídos de las encuestas de la primera etapa. Éste debe ser validado mediante nuevas encuestas.

La empresa ahora mismo consistiría en una asesoría informática centrada en pequeñas y medianas empresas dedicadas a hostelería, concretamente restaurantes y cafeterías. Los servicios que ofrecería son el diseño y la creación de páginas web, alta en cualquier red social, incluyendo las basadas en localización web, instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios, actualización de contenido multimedia y servicio técnico.

Éstos se ofrecerían en forma de servicios únicos o en paquetes personalizados con una garantía de un año.

Para dar a conocer el negocio se publicitaría en internet y se repartiría publicidad directamente en el local de nuestros potenciales clientes. Asimismo, para contactar con los clientes se utilizaría la vía telefónica o la asistencia mediante correo electrónico.

Finalmente la empresa subcontrataría el servicio técnico y los servicios de una empresa de desarrollo web, siendo las actividades principales de la empresa la gestión de contenido multimedia y la resolución de problemas TIC. Los recursos que se necesitarían serían las licencias de software para su instalación y recursos humanos para la gestión de contenidos.

Con esto, seis de los nueve bloques del lienzo anterior se verían modificados, habiendo de verificarse ahora:

1. El **segmento de mercado** se concreta en restaurantes y cafeterías, descartando la posibilidad de tratar a los negocios tipo piscobaris como posibles clientes.
2. La **relación con los clientes** se mantiene como asistencia personal mediante contacto telefónico o correo electrónico.
3. Los **canales** se concretan en redes sociales y reparto de publicidad específicamente en el local.
4. La **fuentes de ingresos** cambia, pasando a ofrecer también cuotas por uso, habiendo de validar si el cobro se realiza mediante domiciliación bancaria o en efectivo.
5. La **propuesta de valor** también se ve afectada, ya que se mantienen la mayoría de los servicios: diseño y creación de páginas web, instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios, actualización de contenido

- multimedia, y servicio técnico. El nuevo servicio a confirmar es el alta en redes sociales basadas en localización web además de las convencionales.
6. Las **actividades clave**, que continúan siendo la resolución de problemas y gestión de información.
 7. Los **recursos clave** se reducen a recursos humanos y licencias de software.
 8. Las **asociaciones clave** se mantienen, siendo éstas la subcontratación del servicio técnico y la subcontratación de los servicios de desarrollo web.
 9. La **estructura de costes** es ahora los gastos de las subcontrataciones, los gastos en el software para instalar y los gastos en recursos humanos para la gestión de contenidos.

Para verificar todo ello, se han realizado dieciséis encuestas en diferentes zonas de Las Palmas de Gran Canaria y zona norte de la isla (ver Anexo 3) a fin de validar estos aspectos y someter el modelo de negocio a nuevos posibles cambios.

A continuación se procede a analizar los datos obtenidos según cada uno de los bloques del modelo de negocio del lienzo.

SEGMENTO DE MERCADO

En primer lugar, analizando los resultados de las nuevas encuestas realizadas podemos valorar el interés de las empresas entrevistadas. Así, el 66,6% de los negocios de nueva apertura mostró interés, mientras que los de no nueva apertura, el porcentaje de interés es del 38,46% (ver Figura 1). A pesar de esto, sin tener en cuenta si se trata de negocios de nueva apertura o no, es posible observar que el porcentaje general de interés es similar al de no interés, siendo de un 43,75% (ver Figura 2). (En esta figura el número de negocios que no se pronuncian no se ve reflejado).

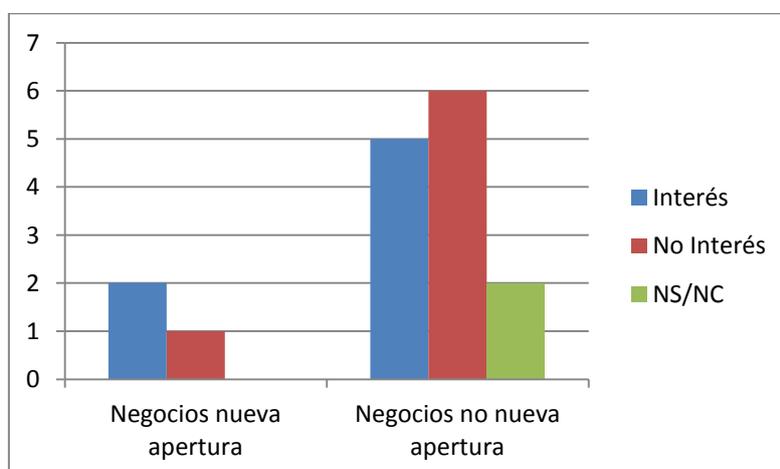


Figura 1

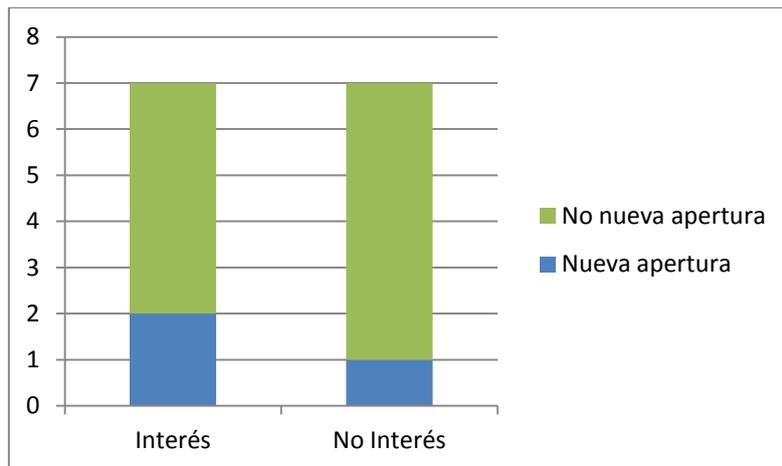


Figura 2

Recopilando todos los datos obtenidos de estas encuestas y las anteriores, es posible concluir que el 80% de los negocios de nueva apertura están interesados (ver Figura 3). El porcentaje de interés en este tipo de negocio es elevado, habiéndose incrementado en un 5% con respecto a la iteración anterior, con lo que se añadirá al lienzo validado para las próximas iteraciones.

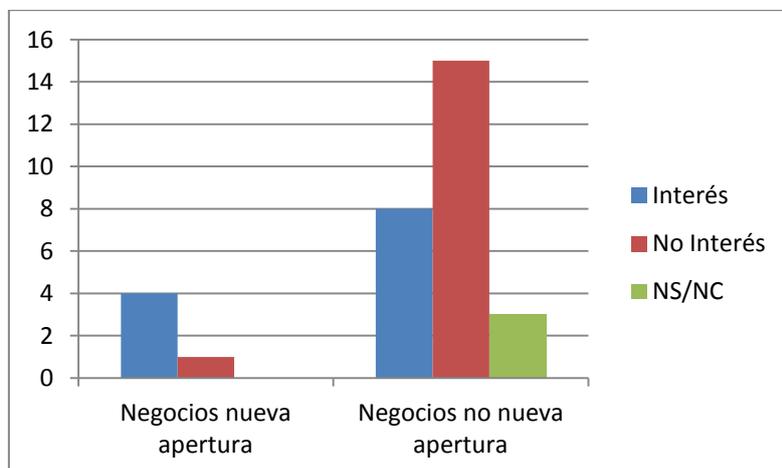


Figura 3

Analizando el total de los datos recopilados, vemos que el 30% de los negocios que no son de nueva apertura están interesados (ver Figura 4), lo cual sigue siendo un porcentaje considerable teniendo en cuenta la cantidad de negocios de este tipo entrevistados, así que se continúa manteniendo en el lienzo como cliente potencial.

	Interesados	No interesados	NS/NC
Nueva apertura	80%	20%	0
No nueva apertura	30,76%	57,69%	11,53%

Figura 4

Para validar el tipo de negocio dentro de los interesados en el que se deben centrar los servicios de la propuesta de valor, es necesario analizar los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en esta etapa (Anexo 3).

Con los resultados obtenidos, se puede observar el grado de interés que han mostrado las cafeterías, restaurantes y pisolabis en esta etapa (ver Figura 5).

Podemos apreciar que el 62,5% de las cafeterías se mostraron interesadas, manteniéndose las características apreciadas en la etapa anterior: los negocios situados en zonas céntricas o de paso no se muestran interesadas mientras que los negocios de nueva apertura sí muestran interés.

Los restaurantes, tanto familiares como de otras características, se mostraron no interesados, y prefieren no publicitarse, sino mantener su clientela fija y ahorrar gastos.

Los pisolabis son un caso diferente, ya que el 50% se mostró interesado y el otro 50% no interesado. Sigue sin poder establecerse un patrón para este tipo de negocio, por lo que para valorar si finalmente se desestima tomarlo como cliente potencial, habrá que valorar los datos acumulados en ambas etapas y analizarlos.

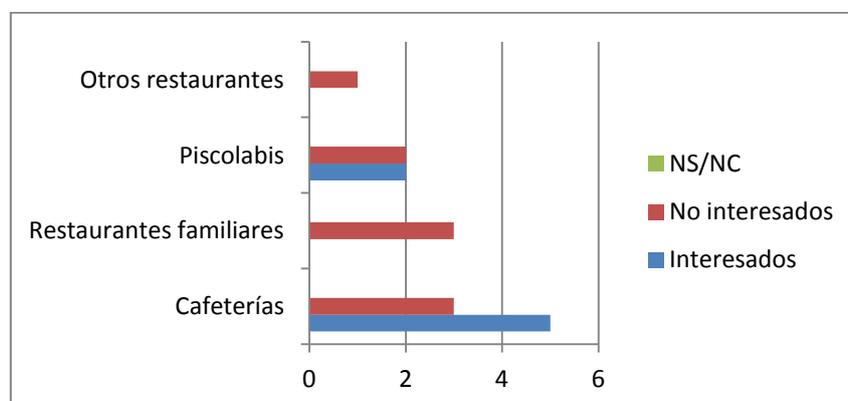


Figura 5

Sin embargo, observando los resultados acumulados en ambas etapas, queda bastante claro el tipo de negocio en el que se debería centrar la propuesta de valor, a la vez que puede extraerse algunas conclusiones útiles para futuras etapas.

Los negocios tipo pisolabis no son un posible cliente ya que el 66,6% de ellos no muestran interés, con lo que se verifica que no debe contemplarse en el lienzo como foco de los servicios a prestar por la empresa.

Del mismo modo, los restaurantes familiares no son una opción porque el número de negocios de este tipo desinteresados supera al de interesados, siendo el porcentaje un 71,42% de desinteresados frente a un 28,57% de interesados.

Finalmente, los restaurantes no familiares y las cafeterías sí son clientes potenciales, ya que el número de interesados supera al de no interesados (ver Figura 6).

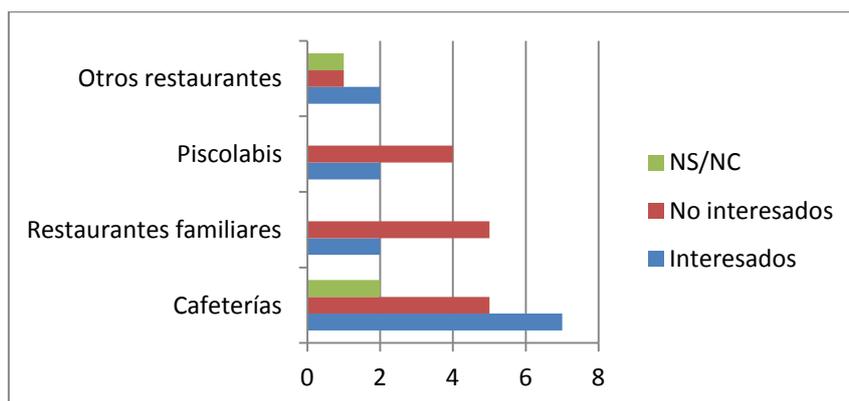


Figura 6

Para confirmar definitivamente estos resultados, observamos el porcentaje de interés por sector, quedando confirmados las cafeterías y restaurantes como clientes (ver Figura 7).

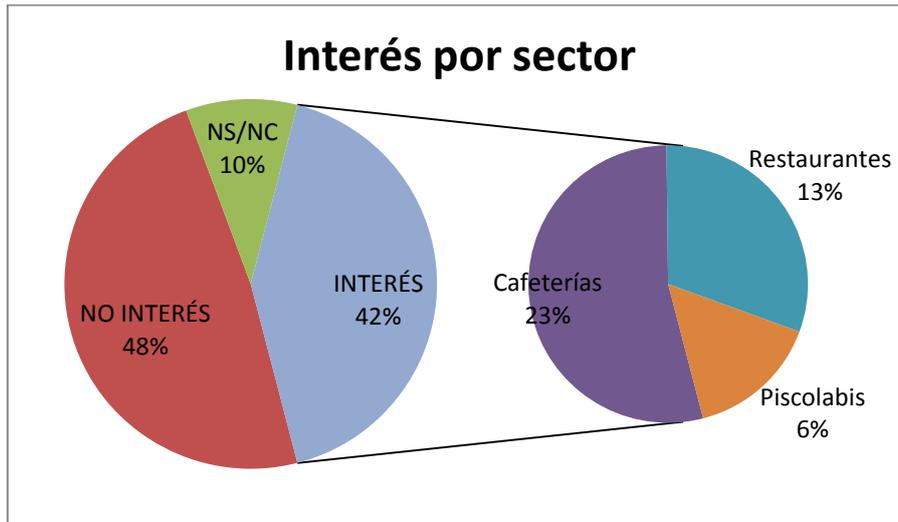


Figura 7

Aún así, los servicios que se ofrecerán en la propuesta de valor se centrarán en las preferencias de los negocios mencionados, centrándose en ellos, pero también podrían prestarse a los otros negocios si se mostraran interesados.

Por tanto el lienzo evolucionaría de la siguiente forma:

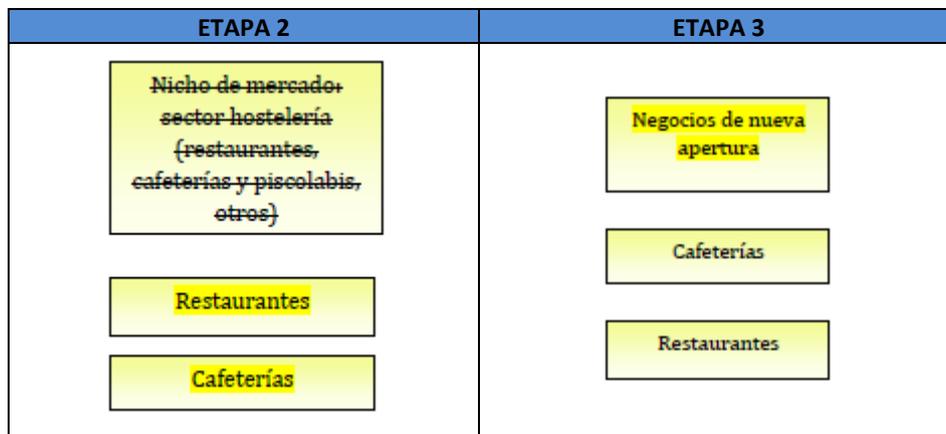


Figura 8

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

En cuanto a la relación con los clientes, se han obtenido respuestas sobre la necesidad o no de un local por parte de los clientes. Finalmente, analizando los resultados obtenidos en ambas etapas, es posible concluir que un 17,5% de los encuestados cree necesario un local frente a un 32,5% que opina a favor del uso telefónico.

Debido a estos porcentajes tan bajos, y en vista de que no todos los negocios disponen de conexión a internet, se procederá a valorar la comunicación por vías de mensajería instantánea en la próxima iteración.

Así, el lienzo cambiaría de acuerdo a lo mostrado en la siguiente figura:

ETAPA 2	ETAPA 3
<div data-bbox="422 875 687 1021" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Asistencia personal mediante uso del teléfono o correo electrónico </div>	<div data-bbox="887 855 1168 954" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Asistencia personal mediante uso del teléfono o correo electrónico </div> <div data-bbox="887 987 1168 1086" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Actualización mediante mensajería instantánea, teléfono o email. </div>

Figura 9

CANALES

En esta etapa de encuestas no se ha realizado ninguna pregunta respecto a los canales dado que en la etapa anterior los porcentajes obtenidos mediante el análisis de los datos fueron elevados y los resultados fueron claros. Además, ninguno de los negocios entrevistados comentó la posibilidad de otro canal de comunicación.

Así, los canales se mantienen sin modificaciones con respecto a la etapa anterior, siendo éstos la publicidad repartida en el local del potencial cliente y la publicidad vía internet por medio de redes sociales, habiéndose desestimado otros medios de comunicación por resultar inútiles, según la opinión de los clientes.

FUENTE DE INGRESOS

En cuanto a la fuente de ingresos, es necesario confirmar y verificar la validez del servicio único para los clientes, así como la preferencia de los mismos por el pago en efectivo y la domiciliación bancaria. Para ello, se procede a analizar los datos obtenidos en esta encuesta.

El 31,81% de los entrevistados que se han pronunciado, confirma su preferencia por la cuota por uso. Por otro lado, el 50% se decanta por servicios en forma de paquetes, y, finalmente, el 18,18% contempla ambas formas como útiles.

Al igual que en la etapa anterior, es interesante valorar en qué tipos de negocios existe una clara preferencia por cada una de estas formas.

El porcentaje de cafeterías que prefiere el servicio único es ligeramente inferior a las que prefieren paquetes de servicios, aunque no es suficientemente elevado como para poder establecer un patrón. Lo mismo sucede con los negocios tipo pisolabis y restaurantes (ver Figura 10), con lo que no hay un resultado claro y se concluye que la preferencia por el tipo de servicio es indistinto según el tipo de negocio.

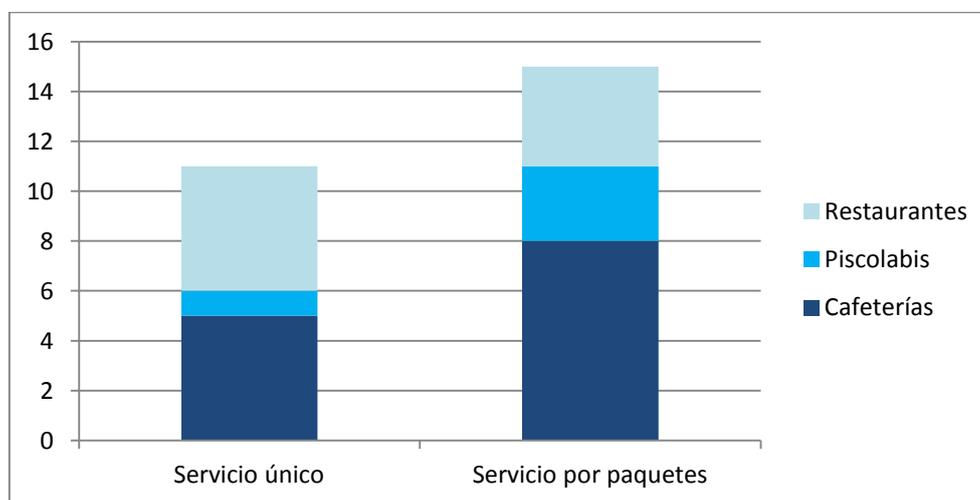


Figura 10

A raíz de esto, la siguiente pregunta es si la preferencia por el tipo de servicio estará relacionado con que los negocios sean o no de nueva apertura. El 20% de los negocios de nueva apertura, el 20% prefiere servicios únicos, el 60% servicios por paquetes, mientras que al 20% le resulta indiferente (ver Figura 11).



Figura 11

Por tanto, parece haber tendencia predominante, lo cual se confirma con la información que hemos obtenido en etapas anteriores, y es que los negocios de nueva apertura desean tener los menos proveedores posibles y su información más controlada y menos dispersada entre los mismos.

Esto resulta muy útil, ya que confirma la idea sobre la creación de un paquete de servicios especiales para negocios de nueva apertura, ya comentado en el apartado de la propuesta de valor, y que se tendrá en cuenta para la próxima etapa de encuestas.

Por último, falta valorar la preferencia entre el pago en efectivo o el pago por domiciliación bancaria (ver Figura 12).

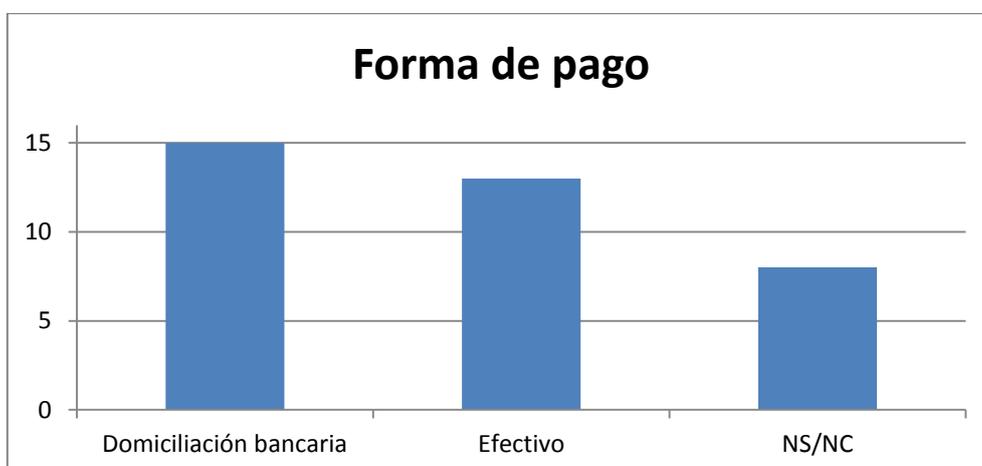


Figura 12

El porcentaje de los entrevistados en este tema que prefieren la domiciliación bancaria es del 48,38%, siendo del 41,93% el porcentaje de negocios a favor del pago en efectivo y el 7,69% restante el porcentaje de los que no se decantan a favor de una de las dos. Dado esto, se valorará según tipo de negocio.

Se puede observar claramente que las cafeterías prefieren el pago por el banco mientras que los restaurantes prefieren el pago en efectivo (ver Figura 13). Esto podría resultar interesante para futuras iteraciones, pero hay dos elementos clave a tener en cuenta: primeramente, la mayoría de los potenciales clientes interesados son cafeterías, con lo que es necesario tener en cuenta sus necesidades y satisfacerlas como segmento de mercado en el que habría de focalizar la empresa; segundo, la domiciliación bancaria permite una mayor seguridad a la hora de realizar los cobros en fecha.

De esta forma, ambas opciones son interesantes, con lo que se considera aceptable cualquiera de las dos formas.

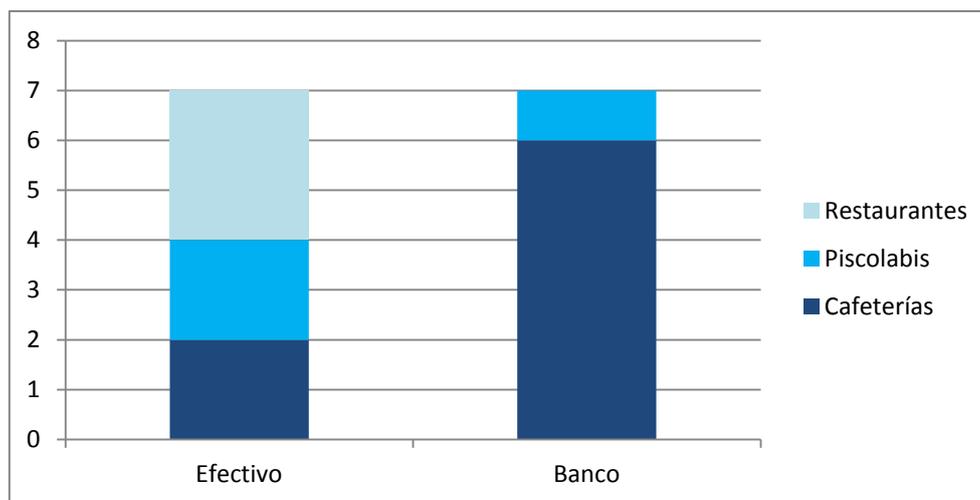


Figura 13

PROPUESTA DE VALOR

Por otra parte, el porcentaje de negocios que tienen una página web asciende es del 31,25%, mínimamente inferior al porcentaje obtenido en la etapa anterior en este mismo concepto. A su vez, el porcentaje de negocios que dispone de perfil en redes sociales es del 37,5%, también inferior al porcentaje anterior en este concepto.

Dado que se ha entrevistado, en varios casos, a un mismo negocio en ambas etapas, es necesario observar los datos acumulados para saber el porcentaje real de negocios que disponen ya de ambas utilidades web.

Así, el 29% de los negocios disponen de página web y el 35,48% de perfil en redes sociales, con lo que disponemos de un porcentaje elevado al que ofrecer el servicio de creación web y alta en redes sociales varias.

En cuanto al periodo de garantía, observando también los resultados acumulados en ambas etapas, el 19,35% de los negocios manifiestan la necesidad de una garantía temporal de al menos un año. Considerando que es un porcentaje considerable, queda validado en el lienzo de esta etapa.

Finalmente, todos los negocios de nueva apertura entrevistados en esta etapa de encuestas han comentado que les gustaría disponer de un paquete de servicios especial de nueva apertura, lo que deberá ser añadido en el lienzo de la próxima etapa a fin de poder ser validado.

En la próxima etapa se realizará un catálogo de servicios con precios fijados y un paquete de servicios especial para negocios de nueva apertura. En ella, las encuestas se centrarán en las cafeterías, aunque también se realizarán entrevistas a piscolabis y restaurantes a fin de comprobar si la presentación de un catálogo de servicios con precios les resultaría más interesante.

De esta forma el lienzo cambiará de la siguiente forma:

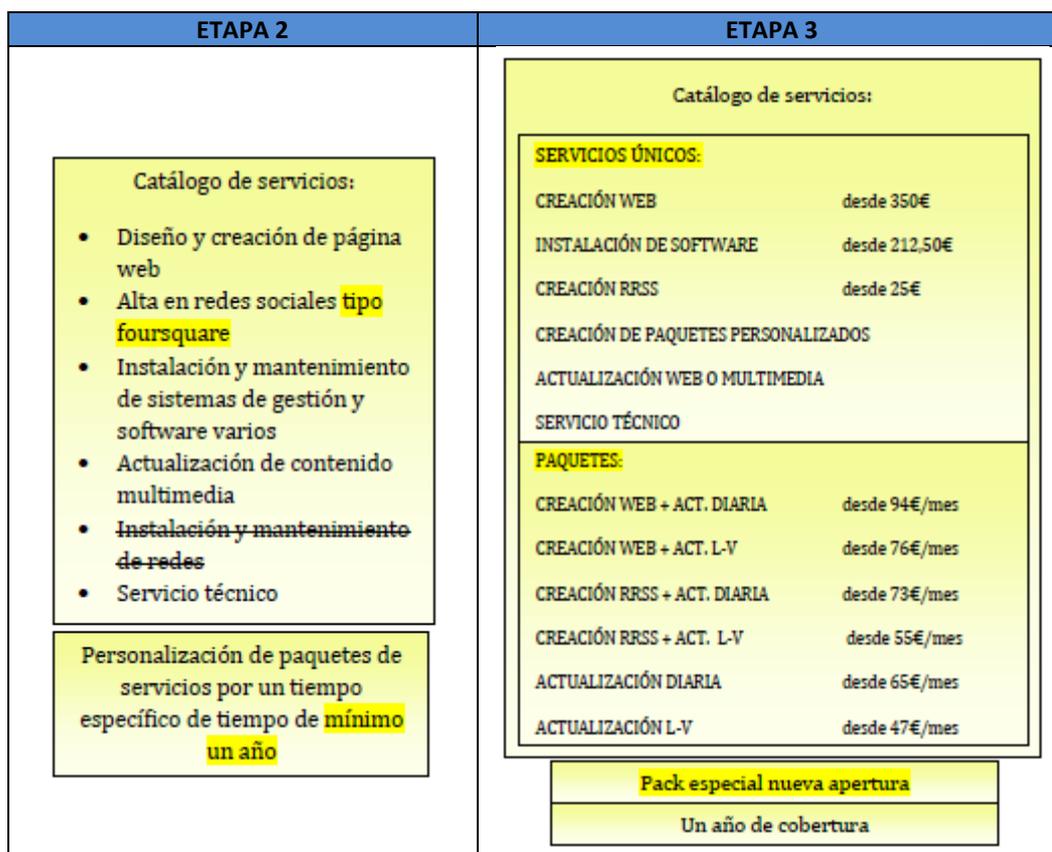


Figura 14

ACTIVIDADES CLAVE

Por una parte se mantienen la gestión de información y la resolución de problemas. Por otro lado, es necesario analizar el valor que supone para los clientes la actualización de información online. Todos los que han solicitado un paquete de servicios, es decir, el 83,33% de los interesados de esta etapa, se mostraron interesados por los paquetes debido al servicio de actualización, ya que de otro modo hubieran preferido un servicio único. Además, un negocio, que no se decantaba por los paquetes de servicios sino por el servicio único, ha comentado la posibilidad de que solicitaría servicios de actualización en el futuro. Por tanto, es considerada una actividad clave y queda añadida y validada en el lienzo.

De esta forma el lienzo se ve afectado en la siguiente manera:

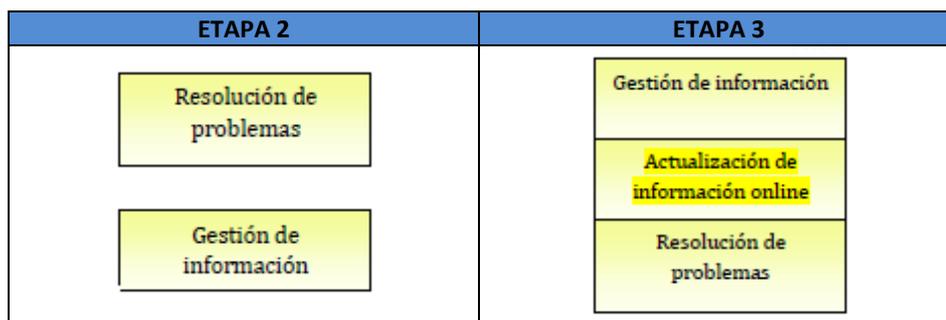


Figura 15

RECURSOS CLAVE

Los recursos humanos como medio para llevar a cabo la actualización y la gestión de la información se confirman. Sin embargo, debido a la fijación de los precios de la propuesta de valor, y con la intención de abaratarlos tanto como sea posible y permitir precios asequibles a los clientes, así como atraer nuevos, se eliminan las licencias de software como un recurso clave para, en su lugar, utilizar software libre, con lo cual se elimina del lienzo, quedando este de la siguiente forma:

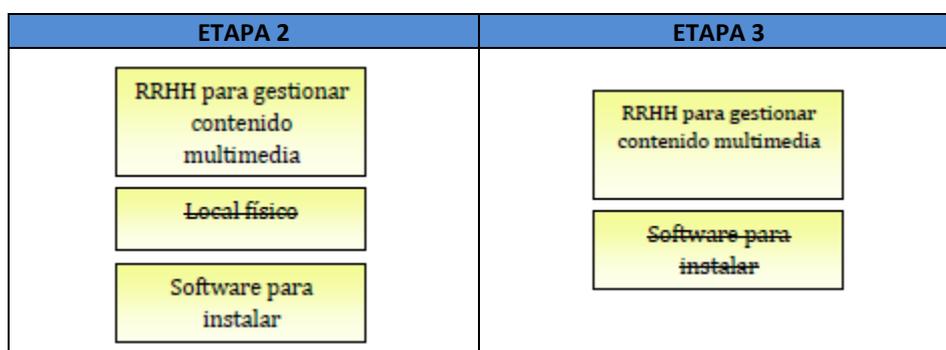


Figura 16

ASOCIACIONES CLAVE

En cuanto a las asociaciones clave, se ha procedido a descartar la subcontratación de servicios de desarrollo web, ya que es posible elaborar portales web muy económicos gracias a plantillas descargadas de internet. Con esto se consigue ahorrar costes y abaratar los precios del catálogo de servicios.

Sin embargo, la subcontratación del servicio técnico se mantiene, ya que no se dispondrían de los medios necesarios para poder cancelar esta subcontratación.

De este modo el lienzo se modifica, resultando de la siguiente forma:

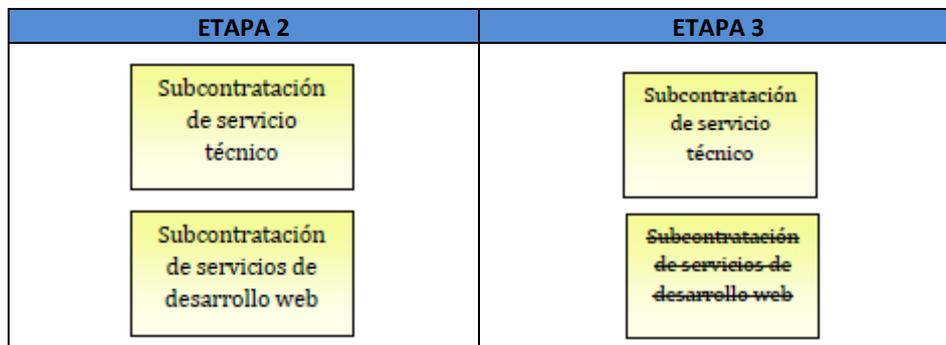


Figura 17

ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes varía, ya que se elimina el local y los gastos de licencias de software. Ahora está formado por los gastos de subcontratación de servicio técnico y recursos humanos, resultando de la siguiente manera:

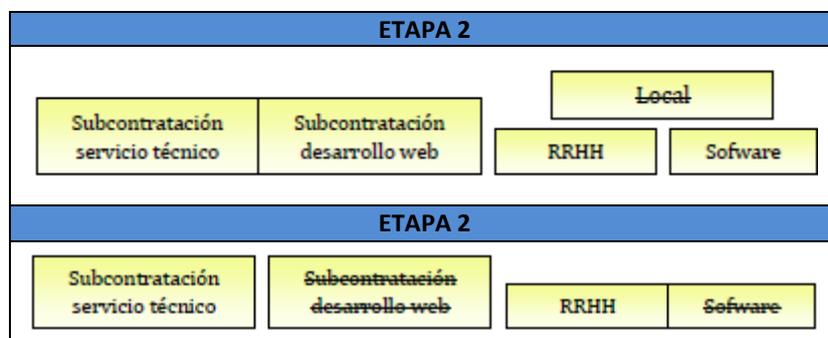


Figura 18

CONCLUSIONES

Las características del lienzo que se han visto validadas hasta el momento son el segmento de mercado formado por los restaurantes y las cafeterías como clientes potenciales en los centrar el modelo de negocio, el periodo de cobertura de un año como garantía, el ofrecimiento de servicios de alta en cualquier tipo de red social, la creación de paquetes de servicios a la vez que permitir servicios únicos y la domiciliación bancaria o el pago en efectivo como método para el cobro.

Las conclusiones que se pueden extraer son las siguientes:

1. El sector más interesado en los servicios de una asesoría informática son las cafeterías.
2. Una empresa con el modelo de negocio aquí presentado tiene un interés general del 42%, lo cual es un porcentaje elevado y hace rentable el negocio.
3. Uno de los intereses principales de las PYMES dedicadas a la hostelería es la creación y publicidad web, lo cual es una gran oportunidad de negocio.
4. La creación de paquetes de servicios, a la vez que ofrecer servicios únicos, es altamente aceptado, de forma que deberán ofrecerse ambas opciones creando un catálogo final de servicios.
5. La gran mayoría de las cafeterías encuestadas prefieren el pago mediante domiciliación bancaria, ya que comentan no querer realizar operaciones en efectivo en presencia de los clientes. Por otra parte, sucede lo contrario con los restaurantes, que prefieren pagar en efectivo. Así, habrá de ofrecerse ambos medios.
6. Es necesario valorar la opción de permitir la comunicación con los clientes de una forma más inmediata debido a que se eliminará la opción de disponer de un local. Los clientes quieren una comunicación directa y segura, así que la mensajería instantánea se valorará como una opción en la próxima etapa.

Con las conclusiones, se procederá a modificar el lienzo del modelo de negocio, habiendo de validarse los cambios en la próxima etapa. En ella, se realizarán encuestas en las zonas norte de la isla de Gran Canaria y en Las Palmas de Gran Canaria.

ETAPA 3

Este tercer lienzo del modelo de negocio (ver Anexo 1, Figura 3) ha sido obtenido a raíz de modificar el lienzo anterior en base a las conclusiones que fueron obtenidas en la etapa precedente.

La empresa consistiría en una asesoría informática centrada en pequeñas y medianas empresas dedicadas a la hostelería, habiéndose concretado que los más interesados serían las cafeterías, restaurantes y pisolabis, en este orden, así como los negocios de nueva apertura.

Los canales para dar a conocer el negocio serían las redes sociales y la publicidad repartida en el negocio del cliente potencial. Asimismo, las relaciones con los clientes se mantendrían mediante asistencia personal vía telefónica, correo electrónico o mensajería instantánea.

En lo que respecta a las fuentes de ingresos, los servicios se ofrecerán en paquetes o servicios únicos, además de permitirse tanto la domiciliación bancaria como el pago en efectivo. La estructura de costes consiste en los gastos de software, recursos humanos y las subcontrataciones de servicio técnico que hayan de realizarse, ya que las subcontrataciones de empresas de desarrollo web no se realizarán, a fin de ahorrar gastos innecesarios, y así ofrecer unos servicios lo más asequibles posible. De esta forma las asociaciones clave se ven modificadas, siendo ahora, únicamente, la subcontratación de servicio técnico.

Los recursos clave continúan siendo recursos humanos para gestionar el contenido multimedia y las licencias software para instalar. Sin embargo, las actividades clave tienen una modificación, ya que además de la gestión de información y la resolución de problemas, ha sido añadida la actualización de información online, debido al interés que muestran las empresas en este concepto.

Finalmente, la propuesta de valor se ha definido (ver Anexo 5), estando formada ahora por servicios únicos y paquetes de servicios definidos con precios ya fijados, además de un paquete de servicios especial de nueva apertura (El precio de cada uno de los servicios se ha fijado mediante el cálculo de horas de trabajo necesarias en base al precio por hora de trabajo necesario para garantizar la solvencia de la empresa).

De esta forma, cinco de los nueve bloques del lienzo de la etapa dos son modificados, por lo que ahora ha de confirmarse:

1. El **segmento de mercado**, que ahora se ve aumentado a negocios de nueva apertura, cafeterías y restaurantes.

2. La **relación con los clientes** mediante vía telefónica, correo electrónico o mensajería instantánea.
3. Los **canales**, que no se ven modificados, siendo éstos las redes sociales y la publicidad en el local del cliente.
4. La **fuentes de ingresos**, ofreciéndose paquetes, servicios de uso único, y además, permitiendo como formas de pago la domiciliación bancaria o en efectivo, siendo esto no modificado con respecto al lienzo anterior.
5. La **propuesta de valor**, que ahora se compone de un catálogo de servicios con precios fijados (Anexo 5).
6. Las **actividades clave**, que se ven modificadas, siendo ahora la gestión de información, la actualización de información online y la resolución de problemas.
7. Los **recursos clave**, que son las licencias software y los recursos humanos para la gestión del contenido multimedia.
8. Las **asociaciones clave**, que se reduce a la subcontratación del servicio técnico.
9. La **estructura de costes**, que no se ve modificada, componiéndose ahora de los gastos por licencias de software, recursos humanos y subcontrataciones.

Para su verificación y validación se han realizado catorce encuestas en diferentes zonas de Las Palmas de Gran Canaria y la zona norte de la isla de Gran Canaria (ver Anexo 4).

A continuación se analizarán los resultados obtenidos.

SEGMENTO DE MERCADO

En esta etapa se han realizado encuestas a negocios no entrevistados anteriormente, concretamente restaurantes y cafeterías. Además, también se han realizado encuestas a negocios que sí fueron entrevistados anteriormente, en concreto dos cafeterías, un pisolabis y un restaurante. En el caso de la cafetería “17 pecados”, en la entrevista que se realizó en la primera etapa, hicieron referencia a su nuevo local. Los datos de esta etapa referidos a este negocio son los correspondientes a este nuevo local.

Con todos los datos obtenidos a lo largo del proceso, y analizando los negocios de nueva apertura, se observa que el 85,71% de los mismos querrían contratar los servicios de una empresa con este modelo de negocio. Por otra parte, el porcentaje de negocios de no nueva apertura que muestran interés es del 48,48%, porcentaje ligeramente superior al de los no interesados, siendo de un 45,45% (ver Figura 1). Por

tanto, se confirma que los negocios de nueva apertura son un uno de los potenciales clientes de la empresa, ya que el número de interesados ha crecido con respecto a la etapa anterior, quedando este aspecto validado.

Por otro lado, el número de negocios de no nueva apertura que están interesados ha crecido con respecto a la etapa anterior hasta duplicarse, además de ser ahora el porcentaje de interesados mayor que el de no interesados (ver Figura 2), lo cual significa que en esta etapa las encuestas se han realizado a los negocios adecuados, confirmando que el proceso avanza en la dirección correcta y confirmándose también que el segmento de mercado al que se dirige la empresa es el correcto.

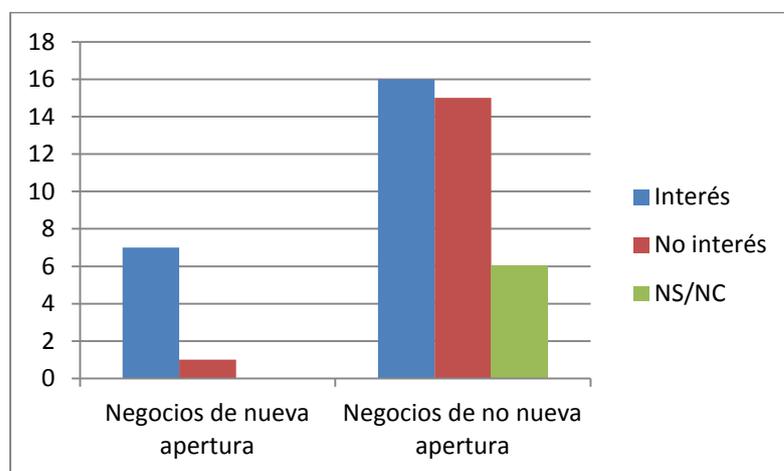


Figura 1

	Interesados	No interesados	NS/NC
Nueva apertura	87,5%	12,5%	0
No nueva apertura	43,24%	40,54%	16,21%

Figura 2

Por otra parte, realizando un análisis por tipo de negocio, podemos valorar que el interés de las cafeterías encuestadas es elevado, ya que de nueve negocios, ocho mostraron interés (ver Figura 3). Asimismo, el interés de los pisolabis fue elevado, lo cual se debe a que se ha entrevistado a un pisolabis que se sabía con anterioridad que estaba interesado en el modelo de negocio. Finalmente, tres de los cuatro restaurantes encuestados también mostraron interés.

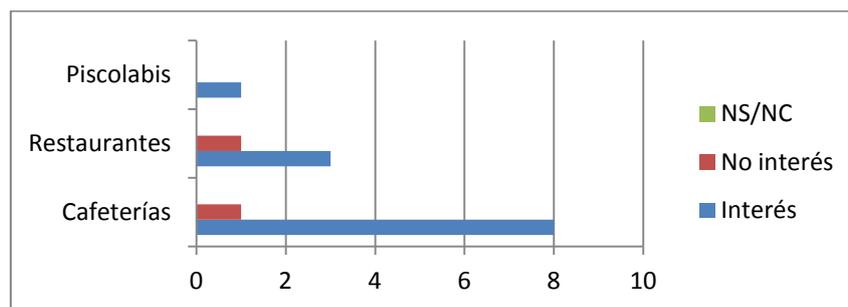


Figura 3

Tras todas las entrevistas realizadas, es necesario valorar el interés acumulado en las tres etapas. El 65% de las cafeterías se mostraron interesadas, así como el 50% de los restaurantes y el 33,3% de los píscolabis (ver Figura 4). Esto confirma el segmento del mercado en el que el modelo de negocio está centrado, siendo estos los potenciales clientes en el orden descrito.

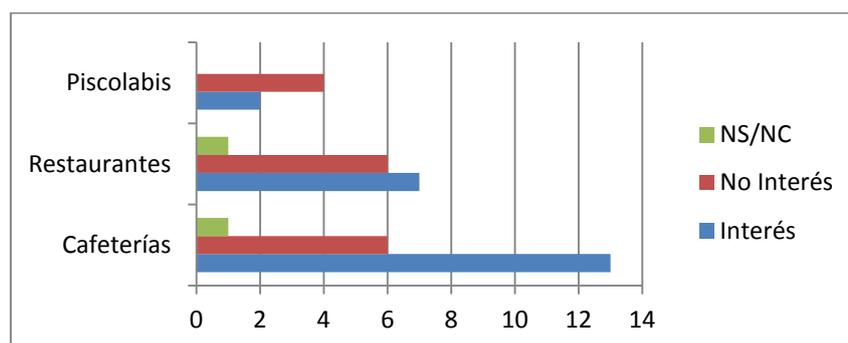


Figura 4

Analizando los datos recopilados, es posible valorar el interés de los negocios entrevistados, siendo éste del 85,71%, mientras que el 14,28% no mostró interés. Con esto, el interés general acumulado cambia, porque negocios que antes se mostraban indecisos o sin interés ahora están interesados. De esta forma, en cada etapa el interés acumulado va aumentando, siendo ahora de un 55%, un 13% más que en la etapa anterior.

Finalmente, el interés es de un 55%, repartido entre cafeterías, restaurantes y píscolabis en este orden; el porcentaje de negocios entrevistados no interesados es un 40%, un 8% menor que en la etapa anterior, y el porcentaje de negocios indecisos es de un 5%, la mitad que anteriormente (ver Figura 5).

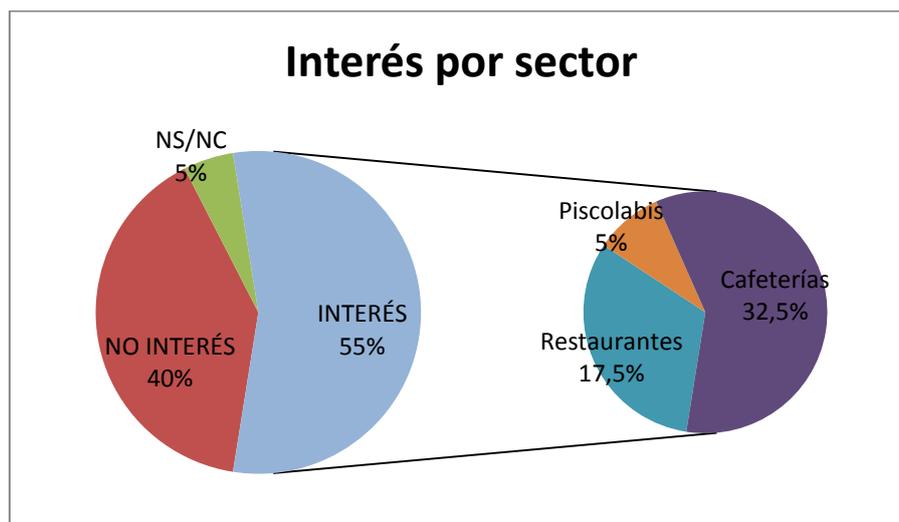


Figura 5

Un dato también interesante es que negocios antes no interesados o indecisos ahora están interesados. Esto puede deberse a la presentación de los servicios en forma de catálogo. Por tanto, el porcentaje interés sería probablemente mayor si se visitasen ahora los negocios encuestados con anterioridad que no mostraron interés, ya que existe la posibilidad de que ahora sí se mostraran interesados. Esto podría ser interesante para una **próxima iteración**.

RELACION CON LOS CLIENTES

En la etapa anterior se confirmó la asistencia personal mediante el uso de teléfono o correo electrónico. En esta nueva etapa se ha procedido a valorar la comunicación por vías directas y más cómodas para los clientes, como la mensajería instantánea. El propósito es facilitar el proceso de actualización a los clientes que contrataran el servicio, permitiendo la comunicación entre el asesor y el cliente mediante diferentes vías: email, plan de actualización concretado con anterioridad, comunicación por mensajería instantánea y/o comunicación telefónica.

Contemplando sólo los negocios interesados, no hay un resultado claro de preferencia por una de las diferentes formas de actuación (ver Figura 6), con lo que se permitirá cualquiera de ellas a elección del cliente que contratase el servicio.

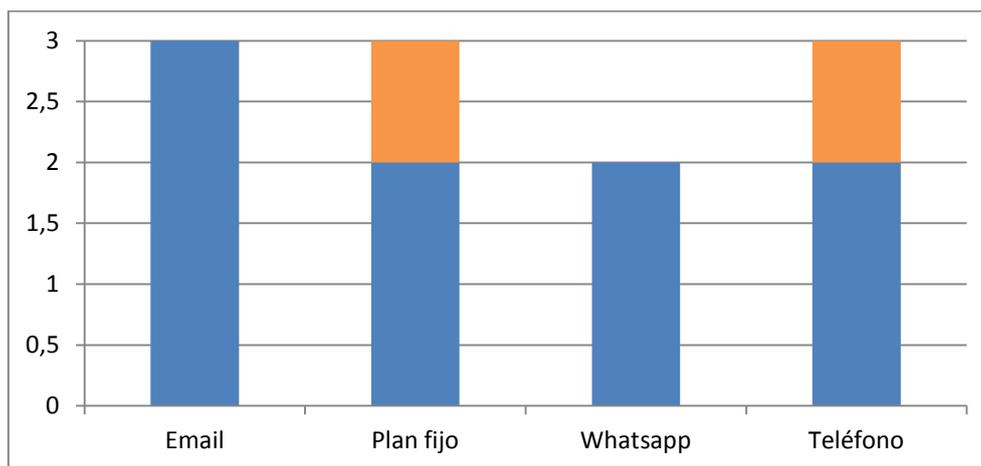


Figura 6

CANALES

Los canales se mantienen con respecto a las etapas anteriores, ya que no hay ningún indicio de que necesiten modificación.

FUENTE DE INGRESOS

La fuente de ingresos se mantiene, ya que no hay indicios de que debiera modificarse. Aún así, lo analizamos para confirmar la tendencia de la etapa anterior.

De los entrevistados que han comentado su preferencia, se confirma que el 14,28% querría contratar servicios únicos mientras que el 85,71% preferirían paquetes de servicios. Con respecto a la etapa anterior, el interés por los paquetes de servicios ha crecido notablemente.

Valorando el interés por cada tipo de formato de servicios, en esta etapa la preferencia por cada uno es más clara que en la anterior, ya que se observa claramente la preferencia de los servicios por paquetes por parte de las cafeterías (ver Figura 7), que son los potenciales clientes de la empresa. En esta etapa no analizamos los datos recopilados en todas las etapas en este aspecto ya que en etapas anteriores no se presentó un catálogo de servicios definido con precios, y esto puede haber afectado en su opinión, lo cual queda demostrado en el segmento de clientes, ya que clientes que anteriormente no mostraron interés sí lo mostraron en la etapa actual.

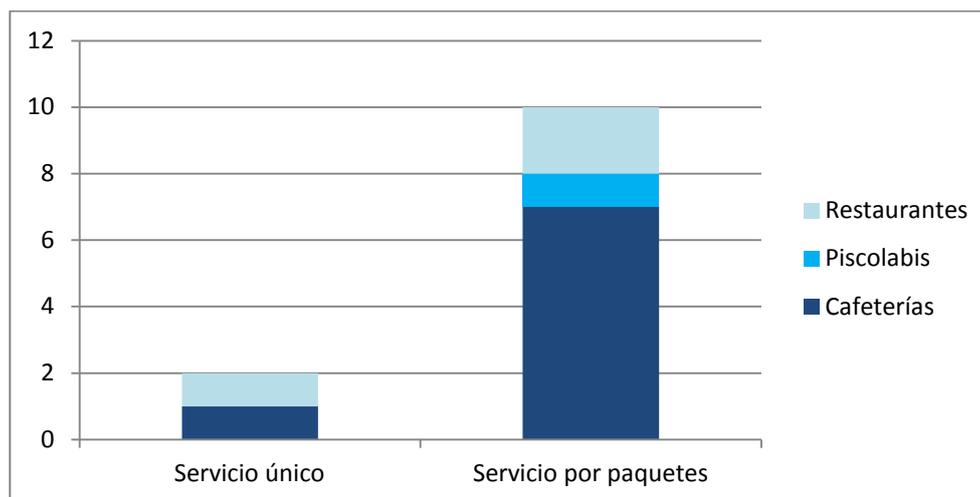


Figura 7

Tras esto, habría de comprobar la preferencia de los negocios de nueva apertura por servicios únicos o servicios por paquetes, donde queda claro que el último es el solicitado por unanimidad, lo cual se estudiará más profundamente en la propuesta de valor.

Además, ante la posibilidad de pago por domiciliación bancaria o efectivo, es el primero el que es más aceptado, concretamente en un 75%.

Se confirma este bloque del lienzo de modelo de negocio por tres diferentes sentidos: los servicios servidos en forma de paquetes tienen gran aceptación, incluso mayor que en la etapa anterior; la preferencia de los negocios de nueva apertura por los mismos ahora es unánime, lo cual también supone un gran incremento con respecto a la etapa anterior; la forma de pago también se clarifica, prefiriéndose la domiciliación bancaria notablemente. Debido a este incremento y clarificación con respecto a la etapa anterior, podría resultar interesante tenerlo en cuenta para una **próxima etapa**.

PROPUESTA DE VALOR

Primeramente hay que definir la propuesta de valor (ver Anexo 5). Está formada por dos tipos de servicios: los paquetes de servicios y los servicios únicos.

Los paquetes de servicios son de tres tipos diferentes, de creación web o de perfil de redes sociales y actualización ("Crea y comparte"), de actualización de un perfil de red social ya existente ("Actualízate"), y un paquete de servicios especial para empresas de nueva apertura ("Empezando").

Los servicios únicos ofertados son la creación web, la instalación de software o sistemas de gestión, la creación de perfiles en redes sociales donde se incluyen fotografías profesionales tomadas por el propio asesor, servicio técnico, actualización web o multimedia de redes sociales o páginas web ya existentes, y creación de paquetes personalizados formados por los servicios mencionados.

Es necesario comprobar si la propuesta de valor aporta valor al cliente, así que se procede a analizar los datos y la información obtenida. A simple vista puede verse el interés elevado por el diseño de páginas web y servicios de actualización, lo cual puede deberse al formato en que se presenta, paquetes de servicios, además de a los precios competentes.

Los servicios más solicitados son la creación web, seguida de la actualización de la información online y, finalmente, la creación de perfil en redes sociales (ver Figura 8).

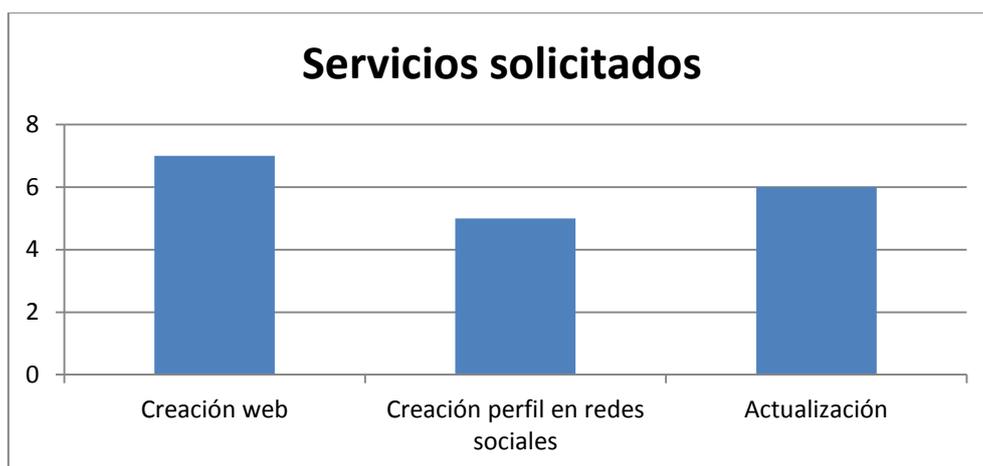


Figura 8

Por otro lado, es conveniente analizar cuáles son los paquetes de servicios más solicitados, a fin de poder evaluar la propuesta de valor, los precios asignados y la valoración final del cliente por la misma (ver Figura 9).



Figura 9

Los servicios de paquetes más solicitados en esta etapa son el paquete de actualización diaria (“Actualízate: actualización diaria”) y el paquete especial para negocios de nueva apertura (“Empezando”). Destaca que haya paquetes de servicios que no parecen tener valor para los clientes encuestados, como tres de los paquetes de servicios de creación web o perfil en redes sociales y actualización, lo cual habría de ser valorado en una **próxima etapa**. Habría de valorarse qué tipo de actualización es más solicitada a fin de concretar y mejorar los paquetes de servicios ofrecidos en la propuesta de valor.

La actualización diaria es la más solicitada (ver Figura 10). Es llamativa la preferencia de ella sobre la actualización en días laborales. Esto podría ser debido a que la diferencia de precio no es cuantiosa y a que los fines de semana los negocios reciben más clientes que durante la semana.

Así, los paquetes de servicios podrían verse modificados, quizá creando un paquete de servicios de actualización durante el fin de semana y eliminando algunos no solicitados, aunque habría de confirmarse en una **próxima etapa**.

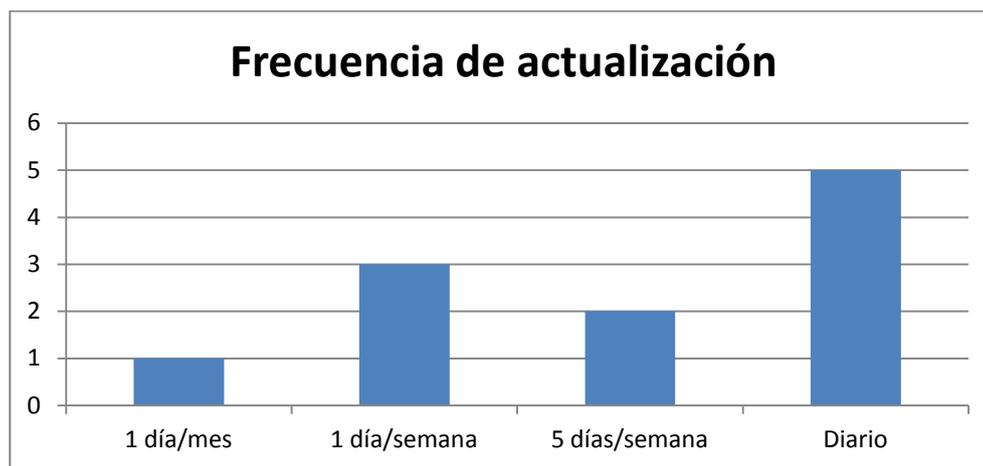


Figura 10

Por otro lado, en cuanto a los servicios únicos, el solicitado ha sido la creación web, mientras que no ha sido solicitado ninguno de los demás. Esto podría llevarnos a la conclusión anterior, que es posible que no aporten valor real a los clientes reales, ya que ahora el segmento de mercado se ha focalizado. Aún así, esto debería valorarse en otra **próxima etapa**.

ACTIVIDADES CLAVE

Debido a los servicios solicitados por los negocios, se validan la gestión de información, la actualización y la resolución de problemas como actividades clave del modelo de negocio.

RECURSOS CLAVE

No sufre modificaciones con respecto a la etapa anterior, sino que al realizar la fijación de precios del catálogo de servicios se hace evidente la necesidad de utilizar software libre para abaratar los precios del mismo.

ASOCIACIONES CLAVE

Las asociaciones clave sigue siendo la subcontratación del servicio técnico y no se ven modificados con respecto a la etapa anterior.

ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes se ve modificada, ya que las licencias software se han desestimado y no se procederá a la subcontratación de servicios de desarrollo web. La fijación de los precios de la propuesta de valor se encuentra en el Anexo 6.

CONCLUSIONES

Las características del lienzo validadas son: el segmento de mercado, donde queda, añadidos los negocios de nueva apertura; la relación con los clientes mediante teléfono, email y, en caso de que sea para llevar a cabo el servicio de actualización, mensajería instantánea; la actualización de información como actividad clave; paquetes de servicios definidos y servicios únicos como propuesta de valor para los clientes, así como un paquete especial para negocios de nueva apertura. Por otra parte, la subcontratación de una empresa de desarrollo web y la necesidad de licencias de software como recurso clave se ven desestimadas.

Las conclusiones de esta etapa son:

1. Los negocios de nueva apertura están interesados en los servicios de una asesoría informática en forma de paquetes de servicios con precios asequibles con un contrato de duración anual.
2. Las cafeterías son el mayor cliente potencial del sector para este modelo de negocio.
3. La mayoría de los negocios del sector buscan publicitarse por vía web, actualizando sus perfiles en redes sociales.
4. La forma de pago preferida por los clientes es el banco, proporcionándoles mayor comodidad y facilidades, lo cual hace más seguro el cobro al negocio que contraten.

Con esto se da por concluido el proceso, pudiéndose continuar con un siguiente modelo de negocio y encuestas en una cuarta etapa, a fin de comprobar el interés de los negocios anteriormente interesados al presentarle un catálogo de servicios definido; validar el cobro por domiciliación bancaria como forma única; la aceptación de cada uno de los paquetes ofrecidos para, en caso necesario, proceder a la modificación de los mismos.

CONCLUSIONES

El modelo de negocio se ha visto modificado desde la primera etapa hasta la última, como puede apreciarse en el Anexo 1. Debido a los resultados obtenidos, el modelo de negocio es viable, mostrando los negocios entrevistados al respecto un elevado interés. A continuación se analizan los aspectos del modelo de negocio, su evolución y resultados finales:

SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado ha ido variando y refinándose a lo largo de las tres etapas (ver Figura 1). Comenzando desde un nicho de mercado amplio, en la segunda etapa se concretó el segmento de mercado en restaurantes y cafeterías, para, posteriormente, añadirse los negocios de nueva apertura como potenciales clientes.

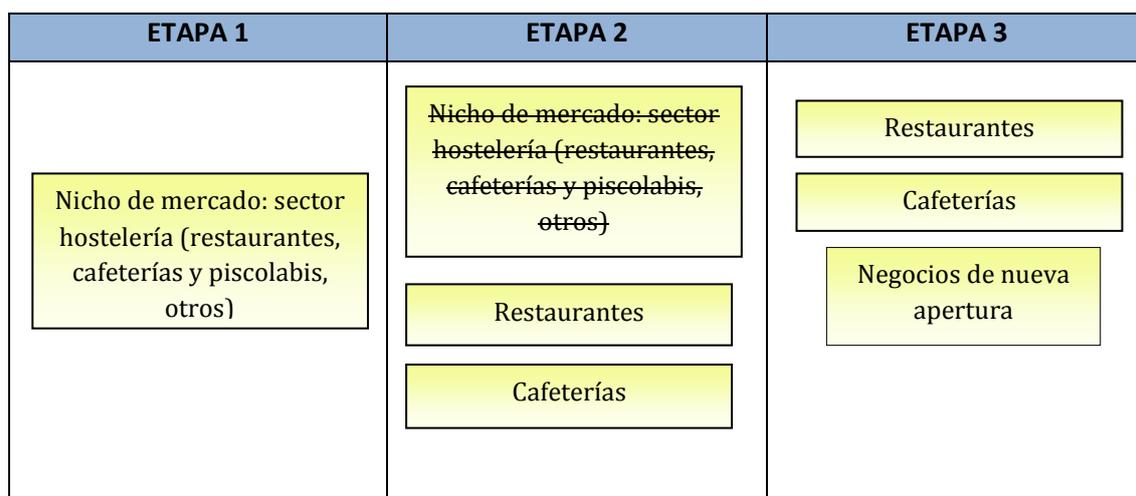


Figura 1

Esto se debe a diferentes factores que se explican a continuación.

Primeramente, el porcentaje de interesados ha crecido de la primera etapa a la tercera, como se muestra en la figura 2. Esto es un indicativo de que las encuestas realizadas han acabado siendo dirigidas a potenciales clientes, con lo que se asegura que el segmento de mercado ha avanzado correctamente.

Sin embargo, se aprecia un decrecimiento de interés en la segunda etapa. Esto se debe a que las encuestas se dirigieron a un tipo de negocio que posteriormente fue descartado como clientes. Éstos son los negocios situados en zonas céntricas,

restaurantes familiares con una clientela fija o negocios que prefieren el boca a boca para publicitarse.

En la tercera etapa se dirigieron las encuestas a negocios que no tuvieran estas características, además de presentar los servicios en un catálogo definido, con lo que el interés creció notablemente permitiendo, además, el establecimiento de patrones de comportamiento de determinados negocios.

	ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3
INTERÉS	45,45%	42%	55%
NO INTERÉS	40,9%	48%	40%
NS/NC	13,63%	10%	5%

Figura 2

Analizando los datos acumulados en las diferentes etapas y analizando los diferentes sectores, se observan los siguientes porcentajes (ver Figura 3).

En cuanto a las cafeterías, el interés es creciente en las tres etapas; respecto a los restaurantes y pisolabis no es tan claro, ya que tiene variaciones en cada etapa. Finalmente se observa que el cliente principal son las cafeterías, seguido de los restaurantes y los pisolabis.

	ETAPA 1			ETAPA 2			ETAPA 3		
	C	R	P	C	R	P	C	R	P
INTERÉS	18,18%	18,18%	0%	22,5%	12,9%	12,9%	32,5%	17,5%	10%
NO INTERÉS	9%	18,18%	18,18%	16,12%	19,35%	6,45%	15%	15%	5%
NS/NC	9%	0%	0%	6,45%	3,2%	0%	2,5%	2,5%	0%

Figura 3

Por otro lado, el porcentaje de negocios de nueva apertura interesados también ha incrementado en cada una de las etapas (ver Figura 4), lo que confirma la necesidad expresada sobre la creación de un paquete de servicios especialmente diseñado para ellos.

	ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3
INTERÉS	75%	80%	87,5%
NO INTERÉS	25%	20%	12,5%
NS/NC	0%	0%	0%

Figura 4

RELACION CON LOS CLIENTES

Al principio existía la disyuntiva sobre la necesidad de un local físico, pero rápidamente se resolvió, quedando claro que no era un recurso imprescindible. Además, para los negocios que hubieran contratado paquetes de servicios, la comunicación podría establecerse mediante mensajería instantánea. Esto repercute en la propuesta de valor, ya que si el medio de comunicación para este caso conllevase tiempo para el establecimiento de la comunicación por parte del asesor el precio del servicio se vería encarecido.

CANALES

Inicialmente se pretendía que los canales para dar a conocer el modelo de negocio fueran la publicidad en redes sociales, publicidad en páginas amarillas, publicidad repartida directamente en el local del potencial cliente y un local físico al que los clientes podrían dirigirse. Sin embargo, tras la primera etapa de encuestas, se confirmó que un local no era necesario debido a que los dueños de los negocios no disponen de tiempo suficiente para informarse por este medio. También se confirmó que las páginas amarillas ya no son un medio tan utilizado como hace unos años, por lo que fue desestimado claramente.

FUENTE DE INGRESOS

La forma de obtención de ingresos ha variado desde la primera etapa hasta el final. Inicialmente se pensaba obtener cuotas por paquetes de forma mensual con contratos anuales, pero rápidamente quedó desestimado como única opción para los negocios, ya que exactamente el mismo número de negocios preferiría servicios únicos con pago único que cuotas mensuales de paquetes de servicios, aunque en la última etapa pudo comprobarse que los servicios únicos eran menos solicitados que los paquetes.

También han surgido dos vertientes: los negocios que quieren realizar los pagos en efectivo y los que quieren realizarlos mediante domiciliación bancaria. Debido a que la no existencia de una preferencia clara, se han permitido ambos medios como vías de pago.

PROPUESTA DE VALOR

El interés principal de los clientes en las primeras etapas fue la creación web, instalación de software y servicio técnico. Sin embargo, la instalación y mantenimiento de redes fue desestimada, con lo que se eliminó de la propuesta de valor. Posteriormente, en la segunda etapa, se confirmó esto, ya que un porcentaje elevado de negocios no disponía de página web o perfil en alguna red social. Además se hizo evidente el interés de los negocios de nueva apertura por un paquete de servicios especialmente diseñado para ellos. Finalmente, en la tercera etapa, se creó un catálogo de servicios con precios fijados.

Los servicios más solicitados son la creación web, la creación de perfil en redes sociales y la actualización multimedia en este orden.

ACTIVIDADES CLAVE

Debido a esto, las actividades clave son la gestión de la información, la resolución de problemas y la actualización de la información online, es decir, en páginas web y perfiles en redes sociales.

RECURSOS CLAVE

Los recursos clave han ido cambiando. En la primera etapa se creía necesario licencias de software, un local físico donde ubicar la empresa y recursos humanos para la gestión del contenido multimedia. Finalmente se desestimaron las licencias de software y el local físico como recursos clave por varios motivos: el local físico no era un bien imprescindible ya que muchos empresarios no tendrían tiempo de dirigirse a él, y a fin de abaratar los precios del catálogo de servicios, se decidió eliminarlo del modelo de negocio; las licencias de software son costosas y puede obtenerse buenos resultados utilizando software libre, con lo que, además, se abarata el coste del servicio y se obtiene un catálogo de servicios que se adapta más a las necesidades económicas de las PYMES.

ASOCIACIONES CLAVE

Respecto a las asociaciones clave, finalmente solamente se recurrirá a la subcontratación del servicio técnico, ya que la subcontratación de una empresa de desarrollo web implicaría unos precios demasiado elevados, y es posible obtener buenos resultados con plantillas html descargadas de sitios libres de internet, con lo que se consigue abaratar aún más los precios del catálogo de servicios.

ESTRUCTURA DE COSTES

Debido a todo esto, la estructura de costes también se ha modificado, siendo finalmente los gastos la subcontratación del servicio técnico y los gastos de recursos humanos, y se han eliminado los gastos de licencias de software y la subcontratación de una empresa de desarrollo web debido a lo anteriormente comentado.

ANEXO 1.- LIENZOS

FIGURA 1

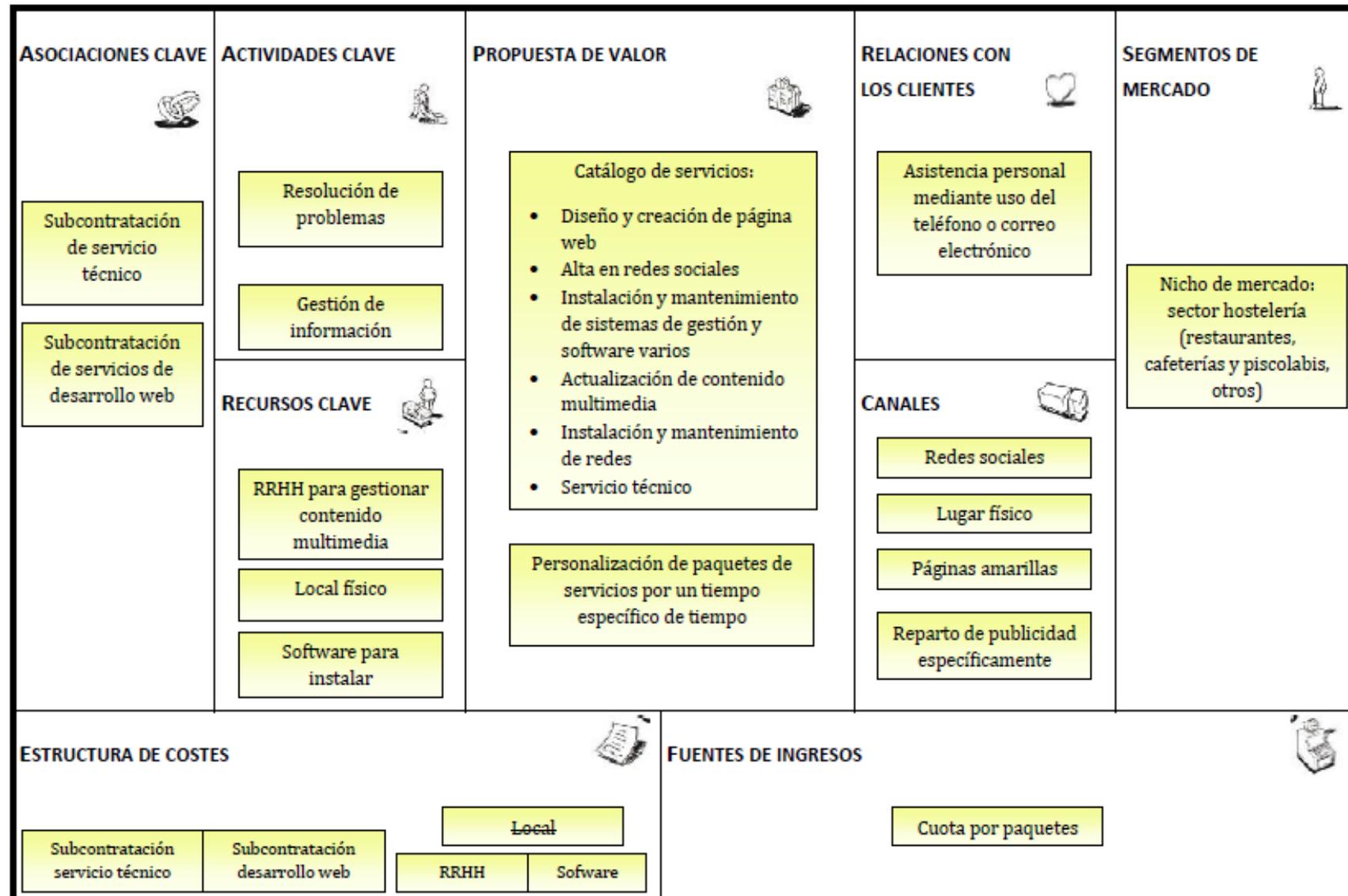


FIGURA 2

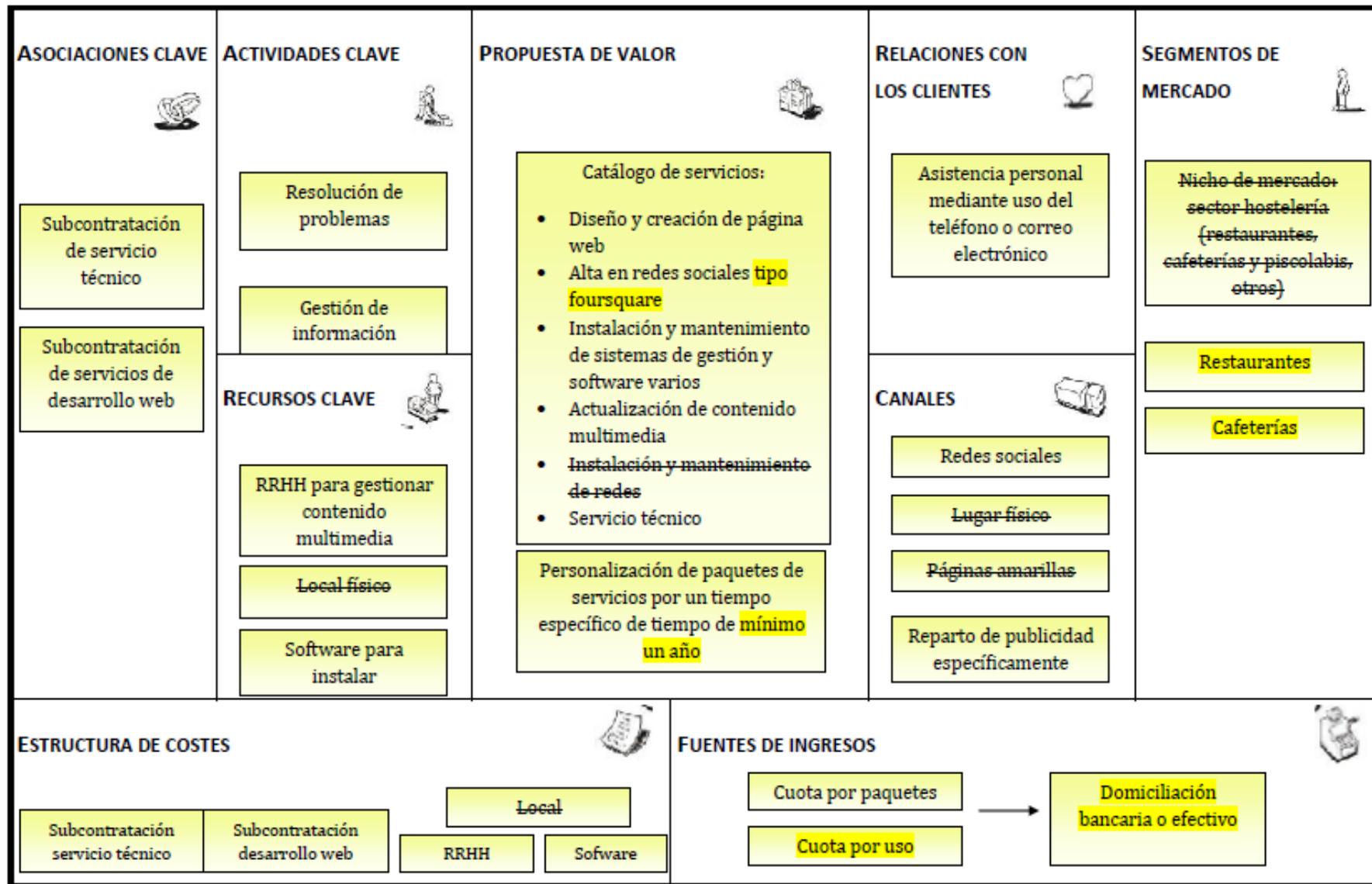
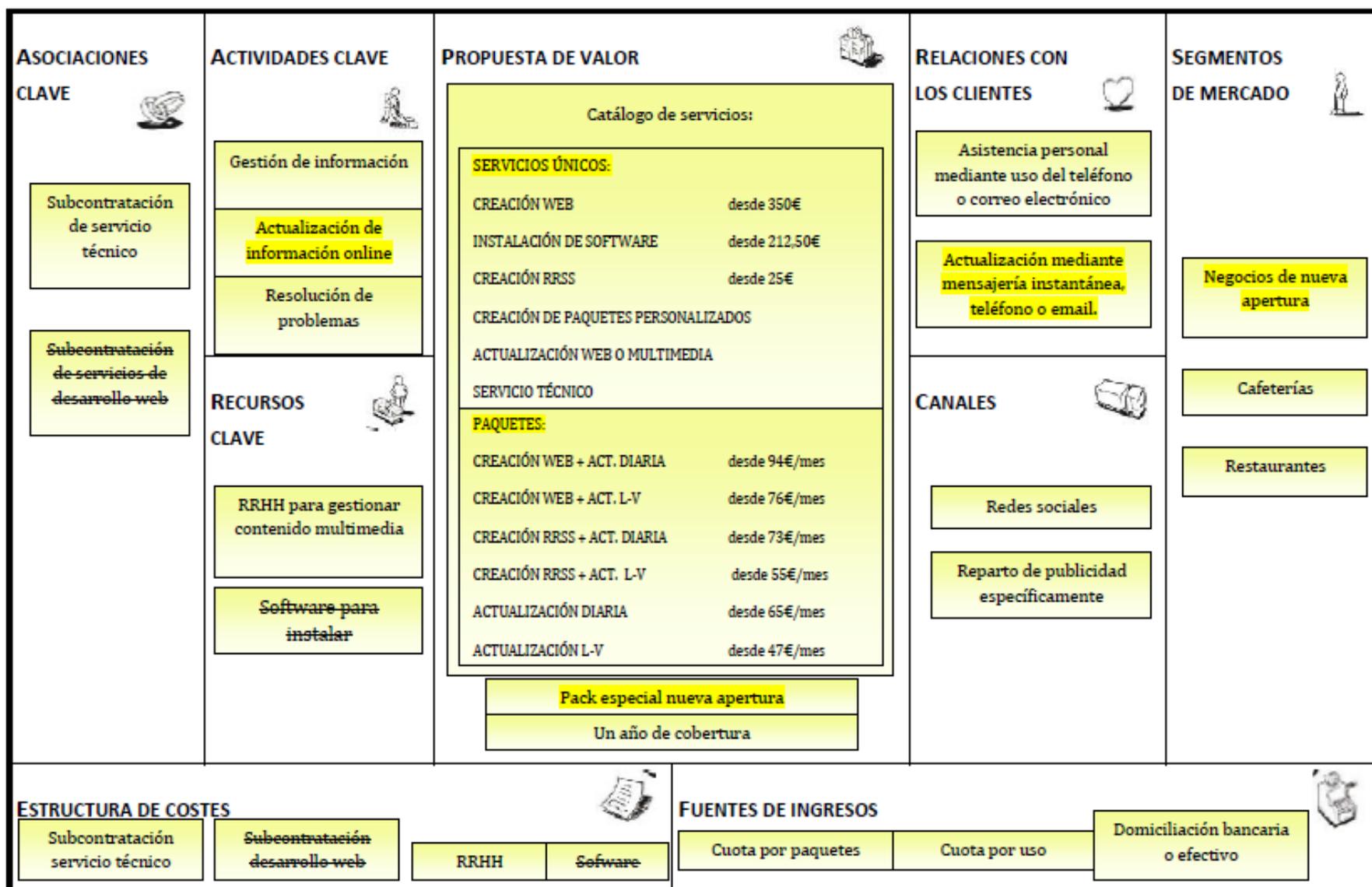


FIGURA 3



ANEXO 2.- ENCUESTAS ETAPA 1

NOMBRE TISANERÍA TAJ MAJAL		1												
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Mala y escasa publicidad para dar a conocer el negocio.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Una página web sin faltas de ortografía y con apariencia ordenada.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Buen precio.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	10	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	10													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? No.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí, pero no se actualiza con frecuencia y no les agrada el diseño. Les gustaría actualizarla más a menudo.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Dado que no tienen ordenadores ni internet, actualmente no tienen problemas técnicos en el local, aunque querrían cambiar el aspecto de su página web.

NOTAS:

Es un negocio de nueva apertura en un local pequeño situado en la zona de Guanarteme. Muestran bastante interés.

NOMBRE BOSMEDIANO		2												
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología? NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer? NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios? NS/NC.</p>			Creación de página web	6	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	8	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	6													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	8													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No, porque ya tienen mucha publicidad boca a boca.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sí.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? Sí, es necesario un local.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí, y se actualiza con frecuencia.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No, únicamente disponen de caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Avisando a su conocido particular que les atiende como un asesor.

NOTAS:

Es un negocio muy conocido con un local nuevo en el centro comercial Las Arenas. Afirma que es necesario tener un local al que ver al asesor además del teléfono.

NOMBRE EL LLORET		3												
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>NS/NC.</p>			Creación de página web	0	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	0													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? No.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí, y él mismo la actualiza de vez en cuando.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No sabría qué hacer si tiene algún problema en la página web.

NOTAS:

Piscolabis muy pequeño. Poco interés y el dueño no indica que exista ningún tipo de necesidad.

NOMBRE CAFETERÍA CHURRERÍA GUANARTEME		4												
TIPO DE NEGOCIO BAR CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poca publicidad</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Buen precio.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	10	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	10													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sí.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono pero también local.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No, pero tienen un perfil en facebook.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No, solamente caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen problemas técnicos.

NOTAS:

Local grande y situado en calle principal. Negocio de personas jóvenes.

NOMBRE LOS MUELLITOS		5												
TIPO DE NEGOCIO BAR RESTAURANTE	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios? NS/NC.</p>			Creación de página web	0	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	0													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No, prefieren el boca a boca.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? No tienen.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sí.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono principalmente por falta de tiempo, pero también local.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? En principio sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No, sólo tienen caja.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No, y no les interesa hacer una inversión tan grande cuando ya tienen una clientela prácticamente fija.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Restaurante familiar situado en la zona de Las Canteras que se ha ido convirtiendo en un bar poco a poco. Muestran muy poco interés. Regentado por un señor de edad avanzada.

NOMBRE ZAMBOKA		6												
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA ZUMERÍA	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Mayor y más efectiva publicidad, incluso si pudiera ser, por televisión.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>NS/NC.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? No contesta.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Negocio de extranjeros poco interesados. Local en zona céntrica de Siete Palmas, pero con pocos clientes.

NOMBRE EL DORADO CASA ILENIA		7												
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poca publicidad.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Les interesa la publicidad mediante página web y redes sociales, pero disponen de poco .</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Buen precio.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? No tienen.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? No.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe?

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Cafetería en calle principal de Siete Palmas con clientela fija. Local muy grande con muchas mesas pero ningún cliente. Regentado por una señora de edad joven con interés por publicitarse de forma creativa.

NOMBRE BAR LA CANARIA		8												
TIPO DE NEGOCIO REST. – CAFET.	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poca publicidad.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Más publicidad vía internet</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>5</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Permitir contacto no sólo por teléfono.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	5
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	5													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- Publicidad en páginas amarillas
- Publicidad en facebook
- Publicidad repartida específicamente en el local
- Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sí.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?

Dado que el teléfono no siempre se contesta, es necesario un local para ver al asesor cara a cara.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No, pero tienen facebook.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, el ordenador que les sirve de caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Sí, wifi.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Si es de la red, llamando a su proveedor. Si es del ordenador tienen una tienda de informática al lado.

NOTAS:

Negocio pequeño con pocos años abierto. La dueña es una señora con mucha iniciativa y ganas de mejorar su negocio. Han empleado varios métodos para publicitarse, como flyers y buzoneo, pero no ha tenido éxito. Afirma que promocionar los servicios por páginas amarillas no tendría éxito, que es mejor por internet o directamente.

NOMBRE CASA BASILIO		9												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología? No tienen.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>No tienen página web y tienen poca publicidad.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios? NS/NC.</p>			Creación de página web	5	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	5	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	5													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	5													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí, pero sólo algunos servicios.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? No tienen.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? No.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Restaurante familiar. Les interesaría crearse un perfil de facebook pero posteriormente encargarse ellos de la actualización y mantenimiento del mismo.

NOMBRE EL RINCÓN DE WILLY		10												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poca publicidad.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Más publicidad.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Que haya publicidad y también actualización.</p>			Creación de página web	5	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	5													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? No tienen.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, el ordenador que les sirve de caja y para reproducir música.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Sí, wifi.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Contactando con el proveedor.

NOTAS:

Restaurante familiar ahora regentado por un chico joven.

NOMBRE PICCOLO		11												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>No disponen de cartel luminoso</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Tener más publicidad</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>10</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Garantía.</p>			Creación de página web	5	Alta en redes sociales	5	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	10
Creación de página web	5													
Alta en redes sociales	5													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	10													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? NS/NC.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? No, teléfono es suficiente.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? El teléfono es suficiente.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No, tienen un menú fijo.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No, pero tienen facebook que no se actualiza con frecuencia.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No, pero tienen caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Para la actualización se encarga un conocido.

NOTAS:

Pequeño restaurante de comida rápida (pizzas), no es una franquicia. Está situada en el centro comercial Siete Palmas. El dueño tiene Local físico negocios similares.

NOMBRE PIRATA		12												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN SIETE PALMAS													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poca publicidad que atrae pocos clientes</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Tener más publicidad</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Garantía.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? NS/NC.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sólo teléfono.

**¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono es suficiente.**

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No, tienen un menú fijo.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No,.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, un ordenador que utilizan de caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Negocio pequeño que pertenece al mismo dueño que el anterior.

NOMBRE EL PUERTILLO		13												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (PUERTILLO)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Ordenador que se rompe con frecuencia.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Disponer de servicio técnico.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>10</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Ofrecer servicio técnico.</p>			Creación de página web	0	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	10
Creación de página web	0													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	10													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.</p>														

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí. Sí.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, uno a modo de caja y otro en la oficina.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Wifi pero no para uso de los clientes.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Llamando al particular o a una empresa de servicio técnico.

NOTAS:

Restaurante familiar en primera línea de playa. Regentado por un señor de edad avanzada. No muestra rechazo hacia las nuevas tecnologías y tiene una página web, aunque no parece interesarse en publicitarse.

NOMBRE LA GRAN PLAYITA CHICA		14												
TIPO DE NEGOCIO BAR - PISCOLABIS	DIRECCIÓN ZONA NORTE (PUERTILLO)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poca cobertura en la zona</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios? NS/NC.</p>			Creación de página web	0	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	0													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? No responde.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|--------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No, pero tienen facebook aunque no se actualiza con frecuencia.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Picolabis que ha ido cambiando hasta convertirse en un bar en primera línea de playa con clientes fijos. Nada de interés.

NOMBRE EL DUENDE		15												
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN ZONA NORTE (S.ANDRÉS)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Publicitarse más</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>NS/NC.</p>			Creación de página web	0	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	0													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

Sí, un software para el control de las mesas.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No, pero disponen de facebook.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, dos en la oficina.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Llaman al particular.

NOTAS:

Piscolabis muy conocido en la zona norte y en un lugar estratégico, una zona de paso.

NOMBRE PARIOLI		16												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (S. ANDRÉS)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>No tienen cobertura en la zona norte.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Solucionar los problemas con la caja registradora.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	0													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>NS/NC.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p>														

¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.

¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

Sí, para las mesas.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí, la actualiza un chico.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Wifi.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Llaman al particular.

NOTAS:

Restaurante italiano poco frecuentado, con buenas ofertas pero poca publicidad. Situado en zona estratégica.

NOMBRE EL METRO		17												
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Metodología de hacer publicidad.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>6</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Repartir publicidad de forma creativa y atractiva.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	10	Instalación de redes	0	Servicio técnico	6
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	10													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	6													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos?</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? No.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? Efectivo.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- Publicidad en páginas amarillas
- Publicidad en facebook
- Publicidad repartida específicamente en el local
- Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sí.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? Es necesario porque se trata de una empresa con ánimo de lucro, es necesario ver personalmente al asesor.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, para actualizar el facebook y diseñar la publicidad.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Tenía internet, pero no era rentable.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

El mismo dueño lo resuelve.

NOTAS:

Cafetería de nueva apertura regentado por un chico joven. Mucho interés. No tienen internet porque no les sale rentable. Utilizaban un programa de software libre que se caía mucho. Les interesaría la creación de un paquete personalizado para ellos. Comenta que la mejor forma de publicitarse es directamente, el trato cara a cara, que nadie mira las páginas amarillas.

NOMBRE GOURIÉ 3		18												
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Software malo.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Página web y perfil en redes sociales.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Ofrecer la mayoría de los servicios posibles para proporcionar más orden a la empresa. Buen precio.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	10	Actualización de contenidos multimedia	10	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	10													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	10													
Actualización de contenidos multimedia	10													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? Sí.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos?</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio?</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? No.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
Teléfono es suficiente.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

Sí, para las mesas.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No porque son demasiado caras.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, para la caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Sí, zona wifi.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Todavía no han tenido.

NOTAS:

Cafetería de nueva apertura, lleva menos de dos meses abierta. Muy interesados, quieren tener un único proveedor para solucionar todos sus problemas y necesidades tecnológicas. Quieren tener siempre la línea de teléfono disponible para los clientes. Está situado en zona central al lado de una plaza y un parque. Estarían interesados en un paquete especial para ellos.

NOMBRE CA' PEPE		19												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Página web.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p>			Creación de página web	5	Alta en redes sociales	5	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	5	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	5													
Alta en redes sociales	5													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0													
Actualización de contenidos multimedia	5													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos?</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

Publicidad en páginas amarillas

Publicidad en facebook

Publicidad repartida específicamente en el local

Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Restaurante familiar poco frecuentado en zona poco transitada. Se publicitan a través de páginas web varias y radio. Muy poco interés, mucha desconfianza. Disponen de poco tiempo, pero han planeado hacer ellos mismos una página web. Regentado por un señor de edad avanzada que muestra cierto rechazo hacia las nuevas tecnologías y no busca publicitarse por medio de ellas de forma activa.

NOMBRE ESTRELIZZIA	20												
TIPO DE NEGOCIO REST. – CAFET.	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)												
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="text-align: center;">Creación de página web</td> <td style="text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Alta en redes sociales</td> <td style="text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Actualización de contenidos multimedia</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Instalación de redes</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Servicio técnico</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios? NS/NC.</p>		Creación de página web	10	Alta en redes sociales	10	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	0	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10												
Alta en redes sociales	10												
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0												
Actualización de contenidos multimedia	0												
Instalación de redes	0												
Servicio técnico	0												
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>NS/NC.</p>													
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos?</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p style="margin-left: 20px;">Cuota por uso <input type="checkbox"/></p> <p style="margin-left: 20px;">Cuota por paquetes <input type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>													

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- Publicidad en páginas amarillas
- Publicidad en facebook
- Publicidad repartida específicamente en el local
- Local físico:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

No.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

Sí, pero no se actualiza con frecuencia.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

NOTAS:

Cafetería en zona muy céntrica con precios bastante elevados. Creen que el mejor canal para la comunicación es el teléfono. Están concentrados en satisfacer toda la demanda que tienen debido a su ubicación, no necesitan publicitarse.

NOMBRE 17 PECADOS		21												
TIPO DE NEGOCIO REST. – CAFET.	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)													
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología? NS/NC.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer? NS/NC.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1"> <tr> <td>Creación de página web</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Alta en redes sociales</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Actualización de contenidos multimedia</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Instalación de redes</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Servicio técnico</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios? NS/NC.</p>			Creación de página web	10	Alta en redes sociales	0	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	10	Actualización de contenidos multimedia	10	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	10													
Alta en redes sociales	0													
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	10													
Actualización de contenidos multimedia	10													
Instalación de redes	0													
Servicio técnico	0													
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? NS/NC.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? NS/NC.</p>														
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? No.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos? Efectivo.</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? Sí.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio?</p>														

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? Sí, aunque sea pequeño.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? Es necesario ver al asesor cara a cara, aporta tranquilidad.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales?

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

Sí, para la caja.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No tienen página web, pero sí un perfil de facebook que actualizan con frecuencia.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

Sí, uno para la caja.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

Wifi para los clientes, pero no les resulta rentable.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

Llaman a un conocido.

NOTAS:

Situado en zona de paso. No quieren gastos porque están abriendo un negocio nuevo en la zona de las Canteras. Les interesaría en su local nuevo porque no tienen nada organizado.

NOMBRE LA UNIÓN 2	22												
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)												
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Cuál es su mayor problema de tecnología?</p> <p>Poco tiempo para publicitarse y desconocimiento.</p> <p>¿Qué necesidades tiene su negocio que le gustaría satisfacer?</p> <p>Página web.</p> <p>Valorar de 1 a 10 el interés por:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 10px 0;"> <tr> <td style="text-align: center;">Creación de página web</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Alta en redes sociales</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Actualización de contenidos multimedia</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Instalación de redes</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Servicio técnico</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table> <p>¿Qué tendría que ofrecer una asesoría informática para que quisiera contratar sus servicios?</p> <p>Buen precio.</p>		Creación de página web	5	Alta en redes sociales	5	Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0	Actualización de contenidos multimedia	5	Instalación de redes	0	Servicio técnico	0
Creación de página web	5												
Alta en redes sociales	5												
Instalación y mantenimiento de sistemas de gestión y software varios	0												
Actualización de contenidos multimedia	5												
Instalación de redes	0												
Servicio técnico	0												
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p>													
<p>FUENTES DE INGRESOS:</p> <p>¿Una vez visto el servicio, le gustaría contratarlo? NS/NC.</p> <p>¿Cuál es la forma de pago actual que utiliza para cubrir sus problemas tecnológicos?</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Cuota por uso <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Cuota por paquetes <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>¿Le parece correcto en este tipo de servicios el uso de domiciliación bancaria? NS/NC.</p> <p>¿De qué otra forma le parecería adecuado el pago por el servicio? NS/NC.</p>													

CANALES:

¿Cuál cree que es la mejor forma de conocer los servicios de una asesoría de estas características?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Publicidad en páginas amarillas | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en facebook | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad repartida específicamente en el local | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Local físico: | <input type="checkbox"/> |

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

¿Cree necesaria la existencia de un local físico al que poder dirigirse? NS/NC.

¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?
NS/NC.

ACTIVIDADES CLAVE:

¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.

En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase en redes sociales? Sí.

¿Utiliza algún software en su negocio? ¿Cuál?

Sí, para las mesas.

¿Dispone ya de página web? ¿La actualiza con frecuencia?

No.

¿Utiliza algún ordenador en su negocio? ¿Cuántos? ¿Para qué los utiliza?

No.

¿Tiene instalada alguna red en su negocio?

No.

En caso de problema técnico, ¿cómo lo resuelve en la actualidad?

No tienen.

NOTAS:

Restaurante familiar situado en zona no céntrica. Clientela fija. Buscan ahorrar aunque querrían tener página web. Tienen desconocimiento sobre tecnología.

ANEXO 3.- ENCUESTAS ETAPA 2

NOMBRE TENTACIONES		1
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN SIETE PALMAS	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? Sí.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? Mínimo un año.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? Sí.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Negocio que muestra interés. No tienen ordenadores, sólo usan caja. Llevan dos años abiertos. Pondrán internet en el negocio en breve.</p>		

NOMBRE BAR LA CANARIA		2
TIPO DE NEGOCIO REST. – CAFET.	DIRECCIÓN SIETE PALMAS	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? Sí.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? Mínimo un año.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Es bueno tener un local.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? Sí.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Negocio encuestado anteriormente. Muestra interés.</p>		

NOMBRE O'CLOCK		3
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN SIETE PALMAS	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? No.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Negocio bien situado en siete palmas delante de una parada de transporte público. Zona céntrica con mucha concurrencia de personas. No les interesa publicitarse. Llevan 12 años abiertos.</p>		

NOMBRE JAMAICA		4
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN SIETE PALMAS	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? Sí.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? Sí. NS/NC.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? No.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Está en el centro comercial Siete Palmas, el jefe no quiere publicitarse.</p>		

NOMBRE EL COLGAÍSO CANARIO		5
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN LAS PALMAS (ESCALERITAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? Sí, página web.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? NS/NC.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? NS/NC.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? Sí.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Restaurante familiar sin interés. Querrían tener página web pero no disponen de mucha clientela, así que no podrían realizar una inversión en estos momentos.</p>		

NOMBRE RISTORANTE PIZZERÍA		6
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN LAS PALMAS (LA BALLENA)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? NS/NC.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? NS/NC.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? NS/NC.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>NS/NC.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? NS/NC.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Restaurante italiano. Poco interés y pocos clientes. Situado en el centro comercial.</p>		

NOMBRE MONTADITOS		7
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN LAS PALMAS (LA BALLENA)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No, menú fijo.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? No.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Piscolabis muy antiguo con local pequeño y poco agradable ahora regentado por chinos. Poco interés.</p>		

NOMBRE CHURRERÍA CARMELO		8
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS (LA BALLENA)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No, actualmente funcionan bien.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? NS/NC.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Churrería bastante grande situada en el centro comercial La Ballena. Atendido por personas mayores algo desconfiadas. Comentan que quieren seguridad y que publicitarse por internet no es seguro. Negocio muy antiguo.</p>		

NOMBRE BALBINA 2		9
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS (LA BALLENA)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? Sí, ambos.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? NS/NC.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? Sí.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>NS/NC.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? Sí.</p>		
<p>NOTAS:</p> <p>Cafetería bastante grande y con clientela situada en el centro comercial La Ballena. Muestran interés. Llevan abiertos cinco años.</p>		

NOMBRE EL LLORET		10
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? Sí, página web y twitter.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? Sí, un particular.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí. Un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No, está bien como está.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p> <p>Sí. Sí.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Teléfono</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales?</p>		

NOMBRE CAFETERÍA CHURRERÍA GUANARTEME		11
TIPO DE NEGOCIO BAR CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? Perfil en facebook.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Ambos.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales?</p>		

NOMBRE BOSMEDIANO		12
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? Sí. Sí.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? Sí. Sí.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? Sí, un particular.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? Sí.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? 1 año.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál? Sí.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué? No porque no utilizan ordenadores en el negocio y no lo creen necesario.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa? Es necesario un local.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? Sí.</p>		

NOMBRE LOS MUELLITOS		13
TIPO DE NEGOCIO BAR RESTAURANTE	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? Un particular.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? NS/NC.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? NS/NC.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? NS/NC.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>Sí, un particular.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>No.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Teléfono.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? En principio sí, pero no es seguro.</p>		

NOMBRE TISANERÍA TAJ MAJAL		14
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? Sí, ambos.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? Sí.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? 1 año.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p> <p>Sí. Sí.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Teléfono.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales?</p>		

NOMBRE LA UNIÓN 2		15
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No. No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? Sí.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? 1 año.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Teléfono.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? Sí.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales? Sí. Mucho interés.</p>		

NOMBRE MONHI		16
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Tienen página web / perfil en redes sociales? No.</p> <p>¿Conoce las redes sociales tipo foursquare? ¿Está dado de alta en alguna? No.</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática? No.</p> <p>¿Encuentra interesante la creación de paquetes personalizados de servicios? Sí.</p> <p>¿Cree necesaria garantía? Sí.</p> <p>¿Durante cuánto tiempo? 1 año.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>¿Tiene contratado algún servicio de asesoría informática o similar? En caso afirmativo, ¿cuál?</p> <p>No.</p> <p>¿Le interesaría contratar los servicios de una asesoría informática? En caso negativo, ¿por qué?</p> <p>Sí si es barato.</p> <p>¿Son negocio de nueva apertura?, ¿Le interesaría un paquete diseñado especialmente para usted?</p> <p>Sí. Sí.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cree que necesitaría dirigirse a él o por teléfono sería suficiente para contactar con la empresa?</p> <p>Teléfono es suficiente, no hace falta un local.</p>	
<p>ACTIVIDADES CLAVE:</p> <p>¿Su negocio dispone de menú que varíe? No.</p> <p>En caso afirmativo, ¿le gustaría que se actualizase la información de su menú en la página web de su negocio y se publicase la existencia de su negocio en redes sociales?</p>		

ANEXO 4.- ENCUESTAS ETAPA 3

NOMBRE TAJ MAJAL		1
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>La instalación de software es interesante. Es importante sacar el negocio adelante en el momento que están atravesando. También les interesa la actualización del contenido de su página web y perfil de facebook.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Le interesa el paquete “empezando”. Si pudiera diseñar su propio paquete sería: creación de página web + creación de perfil en red social + actualización diaria. Querría un descuento en servicio técnico por haber contratado el paquete de servicios por un año. Estarían dispuestos a pagar hasta 50€ al mes.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿le interesa el pack especial? Sí.</p> <p>¿Qué cambiaría? Lo ven bien, les interesa porque tiene un precio asequible.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Comentan que la domiciliación bancaria es más cómoda para despreocuparse. Además, si se envía por email el contenido que se quiere actualizar es mejor para pensar qué desean actualizar y expresarse con claridad.</p>		

NOMBRE 17 PECADOS		2
TIPO DE NEGOCIO REST. – CAFET.	DIRECCIÓN LAS PALMAS G.C.	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Todo lo relacionado con las redes sociales.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesa el servicio de crear un perfil en redes sociales y actualización diaria</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial? Sí.</p> <p>¿Qué cambiaría? Hacer pequeños mensajes publicitarios más de una vez al día.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input checked="" type="checkbox"/></p>	

NOMBRE 5MENTARIOS		3
TIPO DE NEGOCIO BAR - CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Consideran muy interesante los servicios relacionados con las redes sociales, suelen actualizar su perfil con frecuencia.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Le interesa el paquete de servicios de actualización diaria.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Creen que la domiciliación bancaria es más cómoda. Les gustaría comunicarse por whatsapp, les ahorra tiempo.</p>		

NOMBRE EL METRO		4
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>La actualización de contenido multimedia de forma diaria.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesa el paquete de actualización de lunes a viernes. Cambiarían los días, en vez de lunes a viernes por jueves a domingo. Consideran poco útil hacer la actualización el lunes, es mejor hacerlo el fin de semana, que es cuando tiene más clientes en potencia.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial? No, ya tienen página web y perfil en redes sociales.</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input checked="" type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Comentan que para comunicarse a la hora de la actualización lo más adecuado es un plan de actualización fijo que se haya hablado cara a cara porque el teléfono puede fallar y no haber comunicación.</p>		

NOMBRE LA UNIÓN 2		5
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>La creación de un perfil en redes sociales y poner fotos de sus platos.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesa el servicio único de creación de perfil en redes sociales.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Les interesa hacerse un perfil en redes sociales. Posteriormente quizá ellos harían actualizaciones puntuales. Preferirían pagar en efectivo.</p>		

NOMBRE MONHI		6
TIPO DE NEGOCIO PISCOLABIS	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Les interesa la creación de una página web y un perfil en redes sociales.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesa el paquete de servicios “empezando” a pesar de no tener menú.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial? Sí.</p> <p>¿Qué cambiaría? Les gusta como está.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Dado que no tienen menú, para la actualización semanal que ofrece el paquete, podría colgarse un mensaje publicitario.</p>		

NOMBRE TASCA JAMÓN JAMÓN		7
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA (TASCA)	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Interés por la actualización, porque aunque lo actualizan con frecuencia, preferirían poder encargárselo a otra persona.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Muestran interés por el paquete de actualización diaria.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Comentan que quieren actualización diaria de su perfil de facebook pero hablando por teléfono, o, en último remedio, por whatsapp, pero que por teléfono hay menos riesgo de malinterpretaciones, cosa que puede suceder por whatsapp.</p>		

NOMBRE YURENS		8
TIPO DE NEGOCIO CAFET. – PISC.	DIRECCIÓN ZONA NORTE (ARUCAS)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>No se publicitan por internet de momento, pero les interesa la creación de una página web, comentan que es peligroso actualizarla con frecuencia de cara al público.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesa el servicio de creación de página web.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	

NOMBRE LA PULGUITA		9
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (GÁLDAR)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Muestran interés por la creación web y actualización, aunque no pueden pagar tanto como para actualizarla diariamente y tampoco les interesa.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesaría un paquete de creación web y actualización una vez al mes con fotos de los platos que preparan.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial? Sí.</p> <p>¿Qué cambiaría? Les gusta.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Les gustaría la comunicación telefónica, porque no tienen internet en el local y es más cómodo.</p>		

NOMBRE LA PARADA		10
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (GÁLDAR)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Publicitarse por redes sociales.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Creación de página web, creación de perfil en redes sociales y actualización diaria de uno de ellos.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Como canal prefieren el teléfono, porque las vías de comunicación instantánea son mal interpretables, y prefieren la domiciliación bancaria porque genera factura instantánea.</p>		

NOMBRE CAFETERÍA RONY		11
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (GÁLDAR)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Ninguno. Negocio regentado por chinos no interesados.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	

NOMBRE GELOSÍA		12
TIPO DE NEGOCIO CAFETERÍA	DIRECCIÓN ZONA NORTE (GÁLDAR)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Quieren publicitarse. Están en una calle no muy transitada del casco de la ciudad.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Les interesa el paquete “empezando”.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial? Sí.</p> <p>¿Qué cambiaría? Les gusta como está.</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input checked="" type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Llevan sólo un año abiertos. Es un negocio familiar donde ellos mismos hacen los helados que venden, teniendo además, servicio de cafetería. Comentan que el pago en efectivo les da más flexibilidad y que prefieren llamar por teléfono al asesor o programar un plan en persona.</p>		

NOMBRE ALCORI		13
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (GÁLDAR)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>Ninguno. Tuvieron página web y no la utilizaron.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Restaurante regentado por un caballero muy poco interesado. No les interesa publicitarse, es un restaurante que ha derivado en un bar.</p>		

NOMBRE CASA NOSTRA		14
TIPO DE NEGOCIO RESTAURANTE	DIRECCIÓN ZONA NORTE (GÁLDAR)	
<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>¿Qué servicio consideran más interesante?</p> <p>La actualización de un perfil en redes sociales.</p> <p>¿Por qué servicio está más interesado? Si pudiese diseñar su propio paquete, ¿cómo sería? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</p> <p>Cualquier paquete de servicios de actualización de su perfil de facebook.</p>		
<p>SEGMENTO DE MERCADO:</p> <p>Si son negocio de nueva apertura, ¿les interesa el pack especial?</p> <p>¿Qué cambiaría?</p>		
<p>FUENTE DE INGRESO:</p> <p>¿Qué forma de pago le resulta más interesante?</p> <p>Domiciliación bancaria <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Efectivo en el local <input type="checkbox"/></p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <p>¿Cómo cree que es mejor la comunicación para la actualización?</p> <p>Whatsapp <input type="checkbox"/></p> <p>Line <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar sms <input type="checkbox"/></p> <p>Enviar email <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Plan de actualización fijo <input type="checkbox"/></p>	
<p>NOTAS:</p> <p>Tienen perfil en facebook pero no lo utilizan. También disponen de página web pero no la actualizan. Querrían enviar un email con lo que quieren actualizar pero también quieren contacto "tipo chat" con el asesor para otros asuntos.</p>		

ANEXO 5.- CATÁLOGO DE SERVICIOS

PAQUETES

CREA Y COMPARTE

CREACIÓN WEB + ACTUALIZACIÓN DIARIA	desde 94€/mes
CREACIÓN WEB + ACTUALIZACIÓN L-V	desde 76€/mes
CREACIÓN RRSS + ACTUALIZACIÓN DIARIA	desde 73€/mes
CREACIÓN RRSS + ACTUALIZACIÓN L-V	desde 55€/mes

ACTUALÍZATE

ACTUALIZACIÓN DIARIA	desde 65€/mes
ACTUALIZACIÓN L-V	desde 47€/mes

EMPEZANDO

CREACIÓN WEB + CREACIÓN RRSS + ACTUALIZACIÓN SEMANAL	desde 46€/mes
--	---------------

SERVICIOS

CREACIÓN WEB	desde 350€
INSTALACIÓN DE SOFTWARE	desde 212,5€
CREACIÓN RRSS	desde 25€

CREACIÓN DE PAQUETES PERSONALIZADOS

ACTUALIZACIÓN WEB O MULTIMEDIA

SERVICIO TÉCNICO

ANEXO 6.- CÁLCULO DE PRECIOS

Estimando la necesidad mensual de la empresa en 3000 euros, y con una jornada laboral de 8 horas diarias, es posible estimar que el coste por hora es de 12,5€.

Para fijar los precios de los **servicios** se calcula el tiempo empleado para cada uno de ellos:

1. **CREACIÓN DE PÁGINA WEB.** Se estima que son necesarias veintiocho horas de trabajo que se desglosan a continuación. El proceso consistiría en una primera cita con el cliente para capturar los requisitos de usuario para la página web; búsqueda de plantillas html en la web; modificación de la plantilla hasta conseguir un prototipo válido para el cliente; segunda cita con el cliente y validación del prototipo; obtener la información y fotografías necesarias para introducir en la web; procesamiento de esta información; modificaciones hasta la conversión del prototipo en una página web funcional; introducción del contenido multimedia en la página web (Tabla 1).

En el caso de que se necesitasen más iteraciones para la validación del prototipo, el coste de las horas trabajadas habrá de añadirse al precio final.

Concepto	Horas
1ª cita con el cliente y captura de los R.U.	3 horas
Búsqueda de plantillas html por internet	3 horas
Preparación del prototipo	3 horas
2ª cita y validación	3 horas
Captura de la información y reportaje fotográfico	3 horas
Procesamiento de la información	3 horas
Modificaciones de la plantilla html	8 horas
Introducción del contenido multimedia	2 horas
	28 horas = 350€

Tabla 1

2. **INSTALACIÓN DE SOFTWARE.** Para este servicio se estima un total de trece horas, en las cuales se incluyen los siguientes pasos: primera cita con el cliente y captura de los requisitos que necesita sean cubiertos; la búsqueda y selección del software más adecuado para el cliente; su instalación; explicación del funcionamiento del software al cliente. Se intentará utilizar software libre, aunque si no fuera de esta forma, el coste de la licencia correría por parte del cliente (Tabla 2).

Concepto	Horas
1ª cita con el cliente y captura de los R.U.	3 horas
Búsqueda y selección del software	6 horas
Instalación del software	5 horas
Explicación del funcionamiento	3 horas
17 horas = 212,50€	

Tabla 2

3. **CREACIÓN DE PERFIL EN REDES SOCIALES.** El proceso para la creación de un perfil profesional en redes sociales consistiría en la captura de la información y reportaje fotográfico, procesamiento de la información y creación del perfil e introducción de la información. Se estima un total de 8 horas de trabajo, aunque si el número de horas invertidas aumentase, el precio se encarecería a razón de horas trabajadas (Tabla 3).

Por otro lado, si el negocio proporcionase la información y las fotografías, el precio disminuiría (Tabla 4).

Concepto	Horas
Captura de la información y reportaje fotográfico	3 horas
Procesamiento de la información	3 horas
Creación del perfil e introducción de la información	2 horas
8 horas = 100€	

Tabla 3

Concepto	Horas
Creación del perfil e introducción de la información	2 horas
2 horas = 25€	

Tabla 4

4. **ACTUALIZACIÓN MULTIMEDIA.** Existen diferentes tipos de actualización dependiendo de la frecuencia con la que se realicen. Además, también hay una diferencia de precios importante dependiendo de la vía a utilizar para la obtención de la información que quiera actualizarse. Esto se debe al tiempo que debe emplearse en el contacto entre ambas partes. De esta forma, si el medio de comunicación garantizase el envío de información a tiempo (por ejemplo mensajería instantánea o correo electrónico), el precio no se vería incrementado. A continuación se calculan todos los precios a fin de poder realizar paquetes de servicios con duración anual (Tabla 5).

Concepto	Frec. Puntual	Frec. Semanal	Frec. Días Lab.	Frec. Diaria
Contacto y captura de información	30 minutos	10 minutos	10 minutos * 5 días = 50 min.	10 minutos * 7 días = 70 min.
Subida de la información	30 minutos	10 minutos	10 minutos * 5 días = 50 min.	10 minutos * 7 días = 70 min.
Con contacto	1 hora = 12,5€	0,34 horas = 4,16€/sem.	1,66 horas = 21€/sem.	2,33 horas = 30€/sem.
Sin contacto		0,17 horas = 2€/sem.	0,84 horas = 10,5€/sem.	1,17 horas = 14,5€/sem.

Tabla 5

A continuación se describen los **paquetes de servicios** y cómo se ha calculado el precio de cada uno:

1. **PAQUETES CREA Y COMPARTE.** En estos paquetes de servicios se procede a la creación de una página web o perfil en redes sociales y a su actualización. Para el cálculo total del tiempo es necesario tener en cuenta que la duración de un mes es de 4,5 semanas, así como lo comentado respecto al precio del contacto para la actualización (la columna izquierda es manteniendo contacto, la derecha sin contacto). Se han creado cuatro paquetes diferentes:

Concepto	Precio	
Creación web	350€ = 29,17€/mes	
Actualización diaria	2,33 horas = 30€/sem. = 135€/mes	1,17 horas = 14,5€/sem. = 65,25€/mes
	164,17 €/mes	94,42€/mes

Concepto	Precio	
Creación web	350€ = 29,17€/mes	
Actualización días laborales	1,66 horas = 21€/sem. = 94,5€/mes	0,84 horas = 10,5€/sem. = 47,25€/mes
	123,67€/mes	76,42€/mes

Concepto	Precio	
Creación perfil redes sociales	102,4€ = 8,53€/mes.	
Actualización diaria	2,33 horas = 30€/sem. = 135€/mes	1,17 horas = 14,5€/sem. = 65,25€/mes
	143,54€/mes	73,78€/mes

Concepto	Precio	
Creación perfil redes sociales	102,4€ = 8,53€/mes.	
Actualización días laborales	1,66 horas = 21€/sem. = 94,5€/mes	0,84 horas = 10,5€/sem. = 47,25€/mes
	103,03€/mes	55,78€/mes

2. **PAQUETES ACTUALÍZATE.** Son paquetes de servicios que se basan en un contrato de actualización anual en una red social o página web ya existente.

Concepto	Precio	
Actualización diaria	2,33 horas = 30€/sem. = 135€/mes	1,17 horas = 14,5€/sem. = 65,25€/mes
Actualización días laborales	1,66 horas = 21€/sem. = 94,5€/mes	0,84 horas = 10,5€/sem. = 47,25€/mes

3. **PAQUETE EMPEZANDO.** Es un paquete con creación web, creación de un perfil en una red social, además de su actualización una vez por semana.

Concepto	Horas	
Creación web	350€ = 29,17€/mes	
Creación perfil redes sociales	102,4€ = 8,53€/mes.	
Actualización semanal	0,34 horas = 4,16€/sem. = 18,72€/mes	0,17 horas = 2€/sem. = 9€/mes.
	56,42 €/mes	46,7€/mes

BIBLIOGRAFÍA

[1] Osterwalder, A.; Pigneur, Y (2010). Generación de modelos de negocio (Título original: Business Model Generation). Barcelona: Deusto.

[2] Udacity. "How to Build a Startup". <https://www.udacity.com/>.

