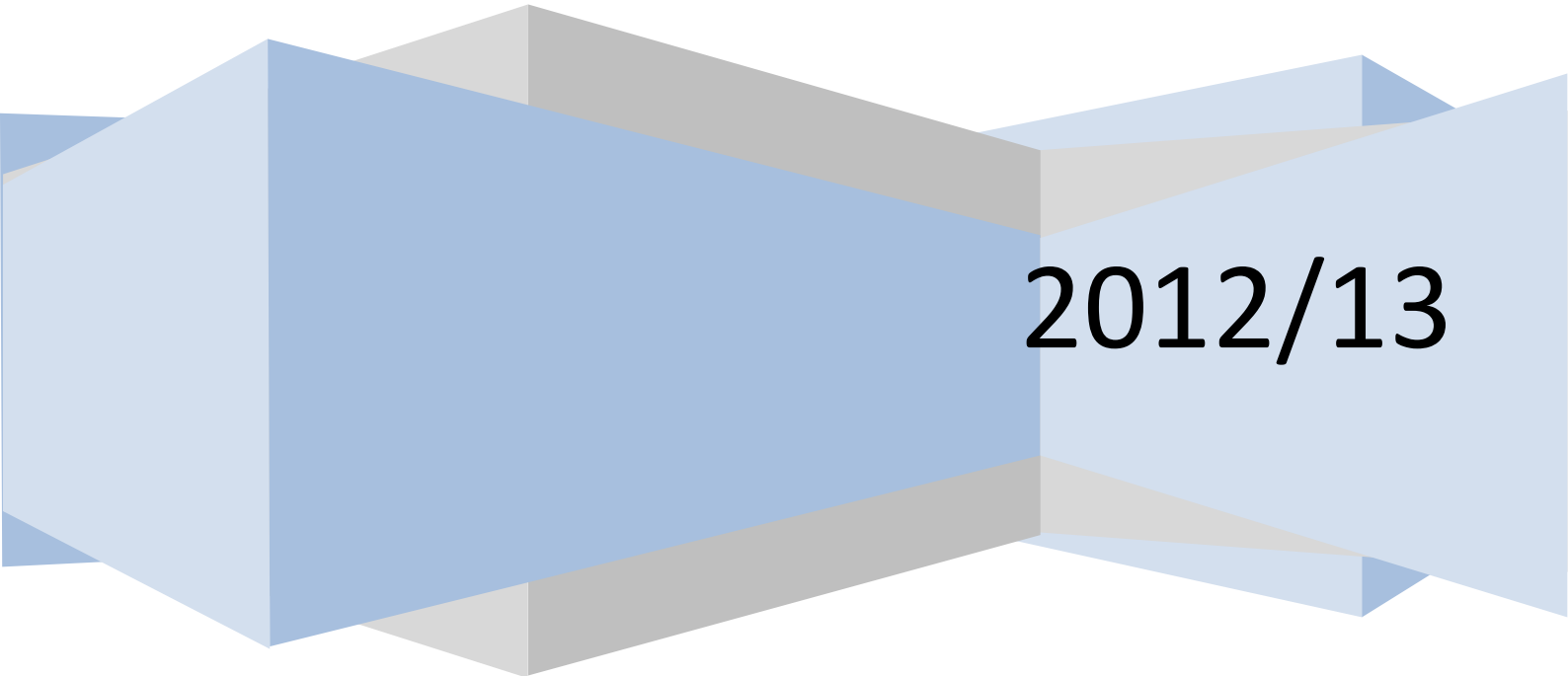


# Empresa e Iniciativa Emprendedora

## Tarea 3

José Luis Comesaña Cabeza



2012/13

## ACTIVIDAD 1:

Los apartados del PLAN de negocio que llevamos elaborados son los siguientes

1 Resumen ejecutivo

2 Descripción de la idea de negocio

3 Información sobre la persona o personas promotoras del proyecto

4 Análisis del entorno socioeconómico

En esta actividad te pedimos que repases los apartados anteriores y los completes y modifiques teniendo en cuenta lo aprendido en esta unidad, alguna indicación que se te hiciera en la corrección o la maduración de tu idea de negocio. Puedes modificar también, si así lo deseas y para personalizar el documento, los títulos de los apartados, siempre y cuando su contenido sea el mismo o similar.

Por ejemplo, en el análisis del entorno específico hay apartados que puedes completar mejor como el de los clientes o el de la competencia: ¿A qué segmento del mercado dirigirás tu producto o servicio? ¿En qué criterios te has basado para segmentarlo? ¿Quiénes son nuestros clientes potenciales o reales? ¿Qué empresas ofrecen nuestros mismos productos o servicios u otros sustitutivos? ¿Cuál será nuestra ventaja diferencial respecto a la competencia?...

También puede ser interesante incluir las fuentes o técnicas (reales o ficticias) que has utilizado para hacer el estudio de mercado.

## EL PLAN DE NEGOCIO

### RESUMEN EJECUTIVO

JOLUNET es una empresa informática, de y para, entusiastas informáticos. Montaje y reparación de equipos, programas a medida, diseño y programación web, posicionamiento SEO y SEM, docencia informática. Lucharemos por ser líderes del sector en la zona del Aljarafe sevillano.

### DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

JOLUNET abarcará la mayoría de los campos tratados por el mundo de la informática, desde la docencia hasta el servicio técnico, desde la programación al posicionamiento web, desde el diseño web a la venta de equipos.

### INFORMACIÓN SOBRE LA PERSONA O PERSONAS PROMOTORAS DEL PROYECTO

El grupo que formará el equipo de trabajo de JOLUNET estará compuesto por tres personas:

José Luis Comesaña Cabeza: Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web, con una amplia experiencia en docencia informática, y como técnico hardware. Actualmente desempleado. Desarrollará las tareas de dirección, formación y servicio técnico.

Isabel Díaz Fernández: Técnico Superior en Administración y Gestión de Empresas. Posee una amplia experiencia como administrativa de gestión. Actualmente trabaja en la empresa pública, por lo que pedirá una excedencia. Se encargará de las tareas de marketing, atención al cliente y control de stock

Rafael de las Casas Ruiz: Ingeniero informático, con escasa experiencia pero con una grandísima ilusión por demostrar sus conocimientos. Actualmente está desempleado. Sus tareas serán las de desarrollo web, programación y posicionamiento.

### ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIO ECONÓMICO

#### Entorno general

#### Factores económicos

Actualmente existe una crisis general, que si bien es perjudicial para la venta de equipos y sistemas nuevos, sí es muy beneficiosa para el servicio técnico de reparaciones y, para la publicidad y el posicionamiento web.

Fomentaremos la idea de que **si no estás en la web no existes**, con el fin de incrementar la solicitud de desarrollos y posicionamientos web

**Factores socioculturales**

Al encuadrarse este tipo de negocios en el entorno de las nuevas tecnologías, nos encontramos ante una actividad en continua expansión, y que cuenta con el apoyo de la gran mayoría de personas de todos los estamentos socioeconómicos, culturales y de edad.

La cultura de las TIC se implanta con mucha fuerza en la sociedad actual.

**Factores políticos**

La administración a través de sus Políticas Públicas trabaja en la implantación y difusión de las nuevas tecnologías en la sociedad, mediante campañas de promoción y favoreciendo las infraestructuras que hacen posible su uso.

Estas acciones se traducen en un incremento en la demanda de estos productos y servicios que se verá acompañado por un mantenimiento o descenso de los precios de los mismos.

Actual e independientemente del color político de la fuerza gobernante, existen y existirán, subvenciones para la implantación de las nuevas tecnologías en las medianas y pequeñas empresas, como era el plan AVANZA hasta el 2010, o actualmente los **Incentivos para el fomento de la innovación y el desarrollo empresarial**

**Factores legales**

Serán de aplicación para el desarrollo de nuestra actividad los siguientes factores legales:

Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico.

- Orden del 12 de julio de 2001 por la que se modifica la Orden del 21 de
- marzo de 2000, por la que se regula el sistema de asignación de nombres de dominio en Internet bajo el código de España ".es".
- Real Decreto 1906/1999, del 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales.
- Ley Orgánica 15/1999, del 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal.
- Real Decreto 994/1999, de 11 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Medidas de Seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal.
- Ley 5/1998, del 6 de marzo, de transposición al derecho Español de la Directiva 96/6/CE, de él 11 de marzo de 1996, sobre protección jurídica de las bases de datos.
- Ley 7/1998, de él 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación.
- Real decreto 1/1996, del 12 de abril, por el que se aprueba la Ley de Propiedad Intelectual.
- Ley Orgánica 10/1995, del 23 de noviembre, del Código Penitenciario Común (delitos informáticos).
- Ley 6/1993, del 23 de diciembre, de incorporación al derecho Español de la Directiva 91/250/CE, del 14 de mayo de 1991, sobre protección jurídica de programas de ordenador.

**Factores tecnológicos**

Cuando se marca alguna diferencia de carácter tecnológico esta es rápidamente adquirida o imitada por la competencia, siempre en un contexto de rápida obsolescencia de los equipos y programas. Aplicaremos la metodología de Vigilancia Tecnológica para estar siempre al día en los aspectos tecnológicos del sector, realizando estudios periódicos de los trabajos de la competencia, cuidando la formación de los trabajadores y acudiendo a las ferias del sector, como al certamen de informática y nuevas tecnologías de Sevilla, feria de informática, multimedia y comunicaciones de Madrid (SIMO), etc

**Factores propios de mi sector**

Es uno de los sectores más demandados y que mayor crecimiento lleva experimentando desde hace un tiempo, si bien, y debido a la crisis, se encuentra en un estado de actual deceleración. Para la docencia informática, hasta hace relativamente poco podíamos contar con subvenciones locales, provinciales, regionales, nacionales y europeas, pero actualmente, de nuevo por la crisis, no hay muestra que podamos optar a alguna de ellas

**Entorno específico****La competencia**

En la localidad existe un centro de APP informática que desarrolla tareas de reparación y venta, pero no abarca el resto de actividades que realiza JOLUNET. El resto de la competencia se esparce en corta medida por las localidades vecinas, que constan de centros parecidos al de APP, pero ninguno que abarque tantas especialidades como el nuestro

**Los clientes**

Su edad oscila entre los 10 a los 70 años, con un nivel cultural desde analfabetos informáticos hasta licenciados en la materia, de sexo masculino y femenino y con las ideas políticas y religiosas que cada uno posea. Empresas o particulares, para ellos y ellas o para regalar. Es decir, que el abanico de clientes es de lo más amplio y heterodoxo que se pueda concebir.

**Los proveedores o intermediarios**

En principio no optaremos por asociarnos a ninguna franquicia, pero adquiriremos productos de cualquiera de ellas, buscando siempre la economía, calidad y rapidez en el servicio

**Los prescriptores**

Los prescriptores de nuestros servicios son los propios clientes y usuarios finales (particulares y empresas), que tras ver o utilizar nuestros servicios (por ejemplo nuestra web o nuestra tienda virtual) se pueden interesar por ellos para incorporarlos en su propia empresa o beneficio. La satisfacción final es lo más importante para que recomienden nuestra firma, por lo que hemos de cuidar la relación directa con las empresas y clientes, actuales o potenciales

**ACTIVIDAD 2: ANÁLISIS DAFO**

Una vez analizado el entorno de tu empresa, es interesante que profundices sobre el mismo, lo vamos a hacer mediante un análisis DAFO (**D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas, **O**portunidades). Incluye el DAFO en tu plan de negocio.

<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Empresa de nueva creación y sin experiencia demostrada ante los clientes</li> <li>✓ Ubicación con menor dinamismo económico que la ciudad de Sevilla</li> <li>✓ Por su pequeño tamaño incapacidad para afrontar grandes proyectos</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mala imagen de las empresas prestadoras de servicios informáticos</li> <li>✓ Intrusismo en el sector</li> <li>✓ Deficit en las infraestructuras tecnológicas de las empresas y analfabetismo informático</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Experiencia y formación de los integrantes</li> <li>➔ Tratamiento personalizado a los clientes (orientación, asesoramiento, ...)</li> <li>✓ Integración de productos y servicios buscando sinergias entre ellos</li> <li>✓ Amplia red de contactos para subcontrataciones de calidad y posibles clientes</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Valoración positiva de las TIC en las empresas y cada vez más en el público general</li> <li>✓ Menor implantación de las TIC en la comunidad autónoma andaluza</li> <li>✓ Costes cada vez menores para las empresas y particulares en la aplicación del las TIC</li> <li>✓ Apoyo de la Administración a la implantación de las TIC en las pymes</li> </ul>

### ACTIVIDAD 3: EL PLAN DE MARKETING

*El Plan de marketing es el documento que describe los objetivos comerciales, los precios más adecuados, las estrategias de promoción más convenientes, la distribución y comunicación, los recursos que serán necesarios y el calendario en que se llevará a cabo cada acción...*

*Haz el tuyo teniendo en cuenta lo estudiado en la unidad, siguiendo las pautas de algún modelo que te haya gustado, con imaginación, iniciativa, ilusión, creatividad, conocimiento...*

*Te ofrecemos a continuación una serie de pautas, **que no son obligatorias**, para que completes el plan de marketing de tu plan de empresa.*

- ✓ **Política de producto:** ¿Qué productos o servicios concretos vamos a ofrecer? ¿Cómo queremos que sean percibidos por nuestros clientes?
  - Encuesta o cuestionario a futuros clientes.
  - Definición del producto o servicio (nombre, características, calidad, aspectos innovadores, necesidad que satisface...).
  - Cartera de productos
  - Marca y nombre comercial...
  - Logotipo.
  - Envase, embalaje, agrupamientos.
  - Etiqueta: características (dibujos, fotos, colores, características del producto...)
  - ...
- ✓ **Política de precios:** ¿A cuánto venderé cada producto o servicio?
  - Listado de precios.
  - Fundamento de los precios. Razones por las cuales decidimos situar el precio a este nivel.
  - Comparativa de precios con los de los productos/servicios de la competencia.
  - Criterios de descuento que vamos a aplicar.
  - Facilidades de pago
  - Relacionar el precio de venta con el coste que supone para nosotros el producto o servicio. ...
- ✓ **Política de distribución.** ¿Cómo vamos a hacer llegar el producto al cliente? canales de distribución, si se trata de venta al por mayor o minorista, número de intermediarios, transporte. ...
- ✓ **Política de comunicación.** Para dar a conocer el producto o servicio tendremos que establecer una serie de medios o herramientas que deben ser adecuados al negocio y a los clientes, que determinen claramente la ventaja de vuestros productos o servicios, que sea rentable y que responda a la imagen que queréis dar de vuestra empresa. Se deben determinar aspectos como los siguientes:
  - Medios de comunicación: televisión, radio, buzono, folletos, páginas amarillas, periódicos...
  - Técnicas de promoción: Promociones, vales descuento, regalos, tarjetas de cliente anuncios, bonos...
  - Relaciones públicas: acciones directas, patrocinio, mecenazgo...
  - Publicidad en el lugar de venta (cartelería, merchandising...)

Teniendo en cuenta el lugar donde resides y el negocio que te has propuesto emprender también te puedes plantear preguntas como las siguientes:

- ✓ ¿Cómo doy a conocer mi empresa a los clientes que he elegido?
- ✓ ¿A través de qué medios de comunicación?
- ✓ ¿Tendrás en cuenta todas las posibilidades que te ofrecen las nuevas tecnologías?
- ✓ ¿Qué medios de comunicación funcionan mejor para mi producto o en mi localidad?
- ✓ ¿Qué nombre tiene la empresa? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cuál será tu eslogan publicitario? ¿Por qué?

Podemos completar el plan de marketing con un calendario de actuación, un presupuesto, ofrecer servicio postventa y de gestión de reclamaciones, un servicio de atención al cliente....

## PLAN DE MARKETING

JOLUNET es una empresa actual y destinada a desarrollar su actividad en un entorno social actual, con una identidad local andaluza que pretende expandirse por toda la Comunidad e incluso alcanzar cotas de internacionalidad gracias a su implantación y consolidación en internet.

### Política de producto

#### Encuesta/cuestionario a futuros clientes:

ENCUESTA INFORMATIVA											
DATOS OPCIONALES	NOMBRE:							DNI:			
	FECHA:		POBLACIÓN DE RESIDENCIA:			SEXO:		TELÉFONO:			
						<input type="radio"/> H <input type="radio"/> M					
¿TIENE O HA TENIDO ALGUNA RELACIÓN CON EL MUNDO DE LA INFORMÁTICA?							SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="radio"/>	
¿EXISTE ALGÚN CENTRO DE FORMACIÓN INFORMÁTICA CERCANO?							SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="radio"/>	
EN CASO DE UNA RESPUESTA AFIRMATIVA A LA ANTERIOR PREGUNTA, INDIQUE EL CENTRO:											
¿HAY ALGUNA TIENDA DE INFORMÁTICA EN LA ZONA?							SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="radio"/>	
EN CASO DE UNA RESPUESTA AFIRMATIVA A LA ANTERIOR PREGUNTA, INDIQUE SUS NOMBRES:											
¿HA ESTUDIADO INFORMÁTICA O HA REALIZADO ALGUNA ACTIVIDAD RELACIONADA CON ELLA?							SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="radio"/>	
EN CASO DE UNA RESPUESTA AFIRMATIVA A LA ANTERIOR PREGUNTA, ESPECIFIQUELO:											
EN SU HOGAR ¿TIENE ORDENADOR PROPIO? ¿CUÁNTOS?							0	1	2	3	más
MARQUE LOS PRODUCTOS QUE UTILIZA EN SU VIDA DIARIA (PROFESIONAL O PERSONAL):											
SMARTPHONE	NOTEBOOK	EBOOK	VIDEOJUEGOS	PC	TABLET	IMPRESORA	FAX	FOTOCOPIADORA	SCANNER		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
¿A QUÉ DEDICAS TU TIEMPO EN EL ORDENADOR?											
<input type="checkbox"/>	ESCRIBIR	<input type="checkbox"/>	DIBUJAR	<input type="checkbox"/>	PROGRAMAR	<input type="checkbox"/>	HACER MÚSICA	<input type="checkbox"/>	RETOQUE FOTOGRÁFICO		
<input type="checkbox"/>	JUGAR	<input type="checkbox"/>	VER PÁGINAS WEB	<input type="checkbox"/>	CHATEAR	<input type="checkbox"/>	DESCARGAR MÚSICA	<input type="checkbox"/>	DESCARGAR PELÍCULAS/SERIES		
OTRO: <input type="text"/>											

La entrega de la presente encuesta le da derecho a solicitar nuestra tarjeta de fidelización JOLUNET, con innumerables ventajas.

[www.jolunet.com](http://www.jolunet.com) c/Azahar s/n - 41111 - Almensilla - Sevilla - 657 810 785 - 955 779 303



**Definición del producto o servicio:**

**Venta de productos:** Todos los productos que ofrezcamos han de poseer una calidad contrastada, deben ser actuales y que solucionen la carencia que poseía el cliente cuando nos contactó. *(vender por el hecho de vender haría que perdiésemos una importante clientela)*

**Reparación de equipos:** Antes de entregar el producto al cliente, debe ser analizado concienzudamente con el fin de prevenir posibles reclamaciones que incidirían en un sobrecoste.

**Imparticiones docentes:** Todas las actividades docentes contarán con una equipación y dotación suficientes para su correcta impartición, y tras ella se le realizará un test de calidad a cada uno de los alumnos. Así mismo, siempre tendremos abierto un canal de reclamaciones/observaciones donde se podrá indicar cualquier aspecto susceptible de mejora.

**Creación de webs y posicionamiento:** Se recogerá toda la información necesaria para la realización de la página/portal, con el fin de cubrir todos y cada uno de los aspectos solicitados por el cliente, diseñando un entorno actual y manejable, y finalizando con los oportunos test de usabilidad y funcionamiento propios de la calidad que ofertamos. Todas las aplicaciones realizadas por JOLUNET irán “firmadas” en su parte inferior. El posicionamiento sólo será abonado cuando se cumpla dicha condición, es decir, al conseguir colocar la página entre las primeras de los buscadores.

**Asesoramiento técnico:** Se le informará al cliente de las necesidades que tiene su empresa u hogar, siendo gratuito dicho asesoramiento en los casos de pequeños clientes que no requieran de nuestro desplazamiento al lugar indicado.

**Cartera de productos:**

Abarcaremos tantos productos como nos sea posible, sin menoscabo del correcto desarrollo de toda nuestra actividad, priorizando en venta/reparación de equipos, desarrollo web, imparticiones docente-informáticas, asesoramiento empresarial-informático y posicionamiento web.

Nuestra política de calidad recomienda que ofrezcamos productos de contrastada fiabilidad, por lo que incluiremos en nuestro catálogo equipos DELL *(que actualmente no tiene tiendas establecidas en Sevilla, y podríamos llegar a ser su servicio técnico)*, HP, Intel, AMD, Epson, Western Digital, Kingston, Sony, Canon, D-Link, Linksys, Toshiba, Hitachi, etc, e intentaremos evitar otras que, aunque baratas, no son muy fiables, como ordenadores Acer y Asus, aunque sí son buenas en monitores y placas base respectivamente.

**Marca y nombre a utilizar:**

JOLUNET será nuestro nombre de tienda, servicio técnico y diseño web, por lo que tendremos que pedir una solicitud negativa de nombre para poder nominar la empresa, y también daremos de alta el dominio jolunet.com

**Logotipo:**

### Etiquetas y embalajes:

Todo el etiquetaje tendrá fondo blanco, con cabecera y pie de color azul y letras claras. El precio irá en letra muy grande de color oscuro sobre fondo blanco. Tras el precio se vislumbrará el rayo que forma parte de nuestro logo.

Encargaremos papel de embalaje y bolsas con el logotipo acompañado de la dirección (web y postal) y el teléfono.



### Política de precios

Al ser una empresa de nueva creación, no podremos poner unos precios elevados a ninguno de los productos ofertados.

A los **equipos informáticos** nuevos le aplicaremos un porcentaje de beneficios acorde al producto, ya que no es lo mismo comprar a 1.000,00 € y venderlo a 1.100,00 €, que comprar otro a 0,50 € y venderlo a 0,55 €. Aunque le hayamos aplicado el mismo porcentaje de ganancia, no es lo mismo 5 céntimos que 100 €, por lo que para los productos más baratos utilizaremos un porcentaje ganancial mayor que para los de alto coste.

A las **acciones formativas** se le aplicará un porcentaje de ganancias, igualmente acorde al coste de su desarrollo (alquiler, limpieza, salarios, materiales, etc), así como al número de alumnos y subvenciones recibidas.

Para la **reparación de equipos** se dará un presupuesto gratuito y sin compromiso si creemos que la avería es levemente compleja, ya que únicamente tendremos que abrir el equipo y comprobar qué le ocurre antes de proceder a la reparación. Cuando lo determinemos, contactamos con el cliente y si da su visto bueno, procedemos a la reparación, sabiendo que el presupuesto estará marcado por el coste de las piezas con su correspondiente porcentaje, más el precio por hora que determinemos.

El **asesoramiento informático** tendrá un coste de acuerdo al desplazamiento, tiempo invertido y recursos empleados. Este precio se incrementará en una cantidad fija si se nos solicita un seguimiento del proceso asesorado.

El **diseño web** tendrá un coste en tiempo, por lo que el presupuesto ha de oscilar según la duración calculada para su finalización. El presupuesto será gratuito y el proyecto será abonado en un 50% a la aprobación por el cliente, un 25% a mitad de desarrollo y el 25% restante a su finalización.

El **posicionamiento web** SEO (*Search Engine Optimization*), al no requerir un pago al buscador, se cobrará según el tiempo empleado y la complejidad de su realización. Y el posicionamiento SEM (*Search Engine Marketing*) será cobrado de la misma forma, añadiéndole el coste requerido por el buscador. Todo ello requerirá el abono por parte del cliente únicamente si conseguimos



posicionarlo según las condiciones acordadas (*primera página del buscador es mucho más cara que la segunda, y ésta más que la tercera, y así mismo tendrá diferente precio la posición dentro de la página del buscador*).

La forma de pago que será aceptada en JOLUNET será al contado y financiación en compras y operaciones en tienda, para lo que contactaremos con una financiera que sea rentable y que no abuse de las comisiones, ni para nosotros, ni para el cliente. Usaremos financiaciones del tipo de pago en tres meses sin intereses. En los envíos contra reembolso se cargará entre el 4 y el 5 por ciento al precio final.

El pago con tarjeta de crédito podrá ser realizado en compras superiores a 20,00 €, ya que no sería rentable en cantidades menores debido a las comisiones que poseen. Se aceptará cualquier tarjeta de crédito o débito de las marcas VISA, Master Card, 4B y red 6000, que son las más utilizadas actualmente.

Antes de establecer los precios, haremos un sondeo del mercado para que marquemos unas ganancias netas suficientes como para no superar el precio de la competencia, pero que nunca se produzca un beneficio negativo. Así mismo, estableceremos un baremo de compra por fidelización del cliente, con lo que intentaremos que la clientela se mantenga y aumente en un corto espacio de tiempo.

### Política de distribución

Como pretendemos realizar ventas en todo el mundo a través de internet, tendremos que contactar con una empresa de distribución internacional, con la que se establecerá unos días de entrega para los productos a enviar, ya que si por cada artículo que vendamos lo enviamos al momento, no tendríamos ganancias, y por lo tanto habremos de englobar varios pedidos en uno sólo, estudiando previamente las características de dicho pedido.

MRW, Nacex y SEUR serían las principales candidatas para que se encarguen de los envíos, aunque se debe contactar con *Postal Express*. Los gastos de envío nos saldrán por un 3% de los envíos contra reembolso, para envíos nacionales.

### Política de comunicación

Al tratarse de una empresa relacionada con las nuevas tecnologías, debemos hacer un tipo de marketing fuerte a nivel de internet, y físico en todo el entorno de la localidad.

Comenzaremos con la inserción de anuncios publicitarios en los principales diarios de la provincia, con lo que pretendemos conseguir que se vaya conociendo nuestra marca y el lema que la define:

## SERVICIO INFORMÁTICO INTEGRAL

Por lo que el anuncio publicitario podría quedar así:

¿Quieres poner tu empresa a la vanguardia tecnológica ?  
¿Quieres situarte en un lugar privilegiado de internet ?  
¿Quieres obtener la última tecnología ?  
¿Deseas reparar tu ordenador, impresora, o similar...?

**JOLUNET**

La respuesta...

www.jolunet.com  
657 810 785 - 955 779 303  
C/Azahar s/n - Almensilla

**SISTEMA  
INFORMÁTICO  
INTEGRAL**

La encuesta informativa, indicada con anterioridad en el presente documento, se repartirá por toda la población y sus alrededores. También haremos uso del posicionamiento SEM donde invertiremos unos 400€ mensuales durante los primeros tres meses y posteriormente intentaremos realizar un posicionamiento SEO adecuado.

Así mismo, cuando se realice una venta, reparación, docencia, posicionamiento, diseño o asesoramiento, pasaremos la encuesta de satisfacción mostrada a continuación, la cual nos indicará los aspectos a mejorar para conseguir la tan ansiada propaganda gratuita del boca-oreja, que aunque puede ser lo que te impulse, también puede llegar a hundir a una empresa.

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

<b>Nombre:</b>		<b>Dni:</b>	
<b>Fecha:</b>	<b>Población de residencia:</b>		<b>Teléfono:</b>
<b>Servicio o producto adquirido:</b>			

Valore de 0 a 10 los distintos apartados (0-Nulo, 10-Excelente)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Atención recibida											
Rapidez en el servicio											
Precio											
Calidad del producto/servicio											

Indique su opinión sobre:

Aspectos positivos:

Aspectos mejorables:

Observaciones:

A la entrega del presente cuestionario, solicite gratuitamente en la tienda nuestra tarjeta de fidelización, con la que obtendrá múltiples beneficios.