



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

ADE

Facultad de Administración
y Dirección de Empresas /UPV

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Administración y Dirección de Empresas

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING DE UNA
EMPRESA TECNOLÓGICA POSTYHOSTY

Trabajo Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

AUTOR/A: Rubio Muñoz, Miguel Angel

Tutor/a: Gaona García, Cristina

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS. UPV

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING DE UNA EMPRESA TECNOLOGICA “POSTYHOSTY”

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Miguel Ángel Rubio Muñoz

**Doble grado en Administración y Dirección de
Empresas e Ingeniería Informática**

**Tutorizado por: Cristina
Gaona García**

Curso Académico 2023-2024

Resumen

Los servicios tecnológicos normalmente se han hospedado en los servidores físicos de la empresa. Esto conlleva un alto coste de implementación, mantenimiento y obsolescencia programada. En este momento, con la tecnología existente hay una oportunidad de mercado para ofrecer servicios en la nube que ofrezcan las mismas o incluso mejores condiciones tecnológicas y a unos precios competitivos por uso del servicio. Este trabajo fin de grado consiste en realizar el plan de empresa de PostyHosty, con el objetivo de crear una Start-Up de éxito. Dentro de este plan de empresa, se llevará a cabo una investigación de mercado que identifique las oportunidades de negocio y segmente los nichos de mercado por explotar; desarrollará un modelo de negocio y realizará un plan de marketing para PostyHosty.

Palabras Clave: Microservicios, Hosting, Nube, Plan de Marketing, Servicios Tecnológicos

Resum

Els serveis tecnològics normalment s'han allotjat en els servidors físics de l'empresa. Això comporta un alt cost d'implementació, manteniment i obsolescència programada. En aquest moment, amb la tecnologia existent, hi ha una oportunitat de mercat per oferir serveis a la núvol que ofereixin les mateixes o fins i tot millors condicions tecnològiques i a uns preus competitius per l'ús del servei. Aquest treball de fi de grau consisteix a realitzar el pla d'empresa de PostyHosty, amb l'objectiu de crear una Start-Up d'èxit. Dins d'aquest pla d'empresa, es durà a terme una investigació de mercat que identifique les oportunitats de negoci i segmenti els nínxols de mercat per explotar; desenvoluparà un model de negoci i realitzarà un pla de màrqueting per a PostyHosty.

Palabras Clau: Microserveis, Allotjament, Núvol, Pla de Màrqueting, Serveis Tecnològics

Abstract

This entails a high cost of implementation, maintenance and planned obsolescence. At this time, with the existing technology, there is a market opportunity to offer cloud services that offer the same or even better technological conditions and at competitive prices for use of the service. This final degree project consists of carrying out the PostyHosty business plan, with the aim of creating a successful Start-Up. Within this business plan, market research will be carried out to identify business opportunities and segment the market niches to be exploited; will develop a business model and make a marketing plan for PostyHosty.

Keywords: Microservices, Hosting, Cloud, Marketing Plan, Technology Services

Agradecimientos

Agradezco profundamente a mi familia, cuyo apoyo inquebrantable ha sido fundamental en mi trayectoria académica. Su respaldo constante ha sido el cimiento sobre el cual he construido mis logros, brindándome la oportunidad de alcanzar metas que alguna vez consideré inalcanzables. Los sacrificios que han realizado representan el combustible que impulsa mis triunfos. La forma en que afrontan los desafíos y su inquebrantable determinación son una fuente diaria de inspiración.

Expreso mi gratitud hacia mis amigos, verdaderos pilares en momentos difíciles. Su apoyo incondicional y la camaradería que compartimos van más allá de la amistad, convirtiéndolos en auténticos hermanos que han sido mi salvaguarda.

A la Universidad Politécnica de Valencia y a mis respetados profesores, les debo un reconocimiento profundo. Su invaluable enseñanza ha sido el cimiento sobre el cual he edificado mi formación académica. Sin su dedicación y conocimiento, no habría alcanzado el nivel actual. Cada oportunidad que se ha presentado a lo largo de mi trayectoria se ha gestado a partir de los aprendizajes adquiridos aquí. Espero con anhelo la posibilidad de retribuir este legado, compartiendo con los futuros estudiantes las experiencias y conocimientos adquiridos.

A mi tutora, Cristina Gaona García, le expreso mi más sincero agradecimiento. Su inestimable paciencia, comprensión y apoyo constante han sido pilares fundamentales en mi proceso formativo. Su destreza en la enseñanza y su habilidad para transmitir conocimientos en el ámbito laboral son dignos de admiración. Desde el inicio, supe que quería realizar mi proyecto de fin de grado bajo su tutela, consciente de la invaluable guía que representa.

Índice de contenidos

Índice de contenidos.....	6
Introducción.....	9
1.1. Resumen.....	9
1.2. Motivación.....	10
1.3. Objetivo.....	11
1.4. Metodología.....	12
1.5. Relación con las asignaturas de la titulación.....	13
2. Antecedentes y definición del negocio.....	15
2.1. Antecedentes.....	15
2.2. Situación actual y tendencia en los alojamientos web y migraciones.....	20
2.3. Contexto.....	22
3. Análisis externo.....	25
3.1. Análisis macroeconómico (PESTEL).....	25
3.2. Análisis microeconómico (PORTER).....	28
3.3. Análisis de la competencia.....	30
4. Investigación de mercado.....	33
4.1. Necesidades detectadas.....	33
4.2. Análisis de la competencia.....	35
4.3. Experiencia en el sector.....	37
4.4. Test de concepto.....	38
4.5. Resultados del test de concepto.....	39
4.5.1. Pregunta 1.....	39
4.5.2. Pregunta 2.....	39
4.5.3. Pregunta 3.....	40
4.5.4. Pregunta 4.....	41
4.5.5. Pregunta 5 y 6.....	42
4.5.6. Pregunta 7.....	43
5. Propuesta de empresa.....	45

5.1.	Oportunidad de negocio	45
5.2.	Descripción de la actividad	45
5.3.	Modelo lean canvas	47
5.4.	Misión, visión y valores de la empresa	48
5.5.	Análisis interno	49
6.	Análisis de la organización.....	54
6.1.	Forma jurídica y fiscal.....	55
6.2.	Denominación social.....	56
6.3.	Recursos humanos y organigrama	56
6.4.	Recursos tecnológicos.....	57
6.5.	Recursos materiales	59
6.6.	Implicación en los objetivos de desarrollo sostenible	59
7.	Plan de marketing.....	61
7.1.	El mercado.....	61
7.2.	Objetivos comerciales	62
7.3.	Estrategias comerciales.....	64
7.4.	Marketing mix.....	65
7.4.1.	Producto	65
7.4.2.	Distribución.....	67
7.4.3.	Comunicación	68
7.4.4.	Precio	69
7.4.5.	Plan de control.....	71
7.4.6.	Cronograma	73
7.4.7.	Presupuesto	74
8.	Plan económico y financiero	76
8.1.	Plan de inversión.....	76
8.2.	Plan de financiación	79
8.3.	Viabilidad económica de la empresa	80
9.	Conclusiones.....	81
10.	Bibliografía.....	83

Índice de Tablas

<i>Tabla 1 - Tabla de costes</i>	19
<i>Tabla 2 - Análisis PESTEL</i>	26
<i>Tabla 3 - Análisis de la Competencia</i>	30
<i>Tabla 4 - Características de los Competidores</i>	31
<i>Tabla 5 - Análisis de la Competencia</i>	35
<i>Tabla 6 - Tabla de Comparativa de Servicios Ofrecidos</i>	36
<i>Tabla 7 - Descripción de Servicios</i>	45
<i>Tabla 8 – DAFO / CAME</i>	49
<i>Tabla 9 - Comparación de diferentes formas jurídicas</i>	55
<i>Tabla 10 - Definición del Mercado</i>	61
<i>Tabla 11 - Objetivos Comerciales</i>	62
<i>Tabla 12 - Tipos de Servicios (Producto-Marketing Mix)</i>	66
<i>Tabla 13 - Comparativa de precios con la competencia</i>	69
<i>Tabla 14 – Análisis de los objetivos comerciales</i>	71
<i>Tabla 15 - Presupuesto</i>	74
<i>Tabla 16 - Plan de Inversión Detallado</i>	76
<i>Tabla 17 - Plan de Financiación Detallado</i>	79
<i>Tabla 18 - Plan de Costos Clientes</i>	79

Índice de Ilustración

<i>Ilustración 1 - Software utilizado por las pequeñas y medianas empresas (pymes) para crear su sitio web en España en abril de 2022</i>	17
<i>Ilustración 2 - Lugares donde las empresas alojaron soluciones de software en España en 2019</i>	21
<i>Ilustración 3 - Número Total de Páginas Web 1995-2022</i>	22
<i>Ilustración 4 - Cuota del mercado del sector</i>	23
<i>Ilustración 5 - Gráfico de resultados de la pregunta 1</i>	39
<i>Ilustración 6 - Gráfico de resultados de la pregunta 2</i>	40
<i>Ilustración 7 - Gráfico de resultados de la pregunta 3</i>	41
<i>Ilustración 8 - Gráfico de resultados de la pregunta 4</i>	41
<i>Ilustración 9 - Gráfico de resultados de las preguntas 5 y 6</i>	42
<i>Ilustración 10 - Gráfico de resultados de la pregunta 7</i>	43
<i>Ilustración 11 - Lean Canvas</i>	47
<i>Ilustración 12 - Logo</i>	56
<i>Ilustración 13 - Matriz ANSOFF</i>	64
<i>Ilustración 14 - Modelo de Estrategia Competitiva de Porter</i>	64
<i>Ilustración 15 – Diagrama de Gantt</i>	73

INTRODUCCIÓN

1.1. RESUMEN

En la sociedad digital del siglo XXI, la importancia de los servicios de alojamiento web es innegable. A medida que más empresas hacen la transición hacia el espacio virtual, la demanda de soluciones de alojamiento eficientes y fiables continúa creciendo exponencialmente. Los servicios de hosting permiten a las empresas establecer una presencia digital efectiva, mejorando su alcance y su capacidad para interactuar con los clientes en tiempo real. Estos servicios no sólo son esenciales para la operatividad de las empresas en el entorno digital, sino también para su competitividad. Con una creciente dependencia de la tecnología en todos los aspectos de nuestras vidas, desde la comunicación hasta el comercio, los servicios de alojamiento web desempeñan un papel crucial en la economía digital. Este trabajo se centra en la migración de servicios informáticos tradicionales a microservicios en la nube con ejecución bajo demanda.

Este trabajo abarca un conjunto de ocho capítulos detallados, acompañados por una introducción, y concluyendo con las secciones de conclusiones, bibliografía y anexos.

En el primero de ellos, se establece una introducción general que sienta las bases del tema, incluyendo un resumen ejecutivo, la motivación tras el estudio, los objetivos específicos a alcanzar, la metodología empleada en la investigación, y la relación del trabajo con los estudios completados en la doble titulación de Administración de Empresas e Informática.

El segundo capítulo esboza los antecedentes y la definición del negocio que PostyHosty pretende lanzar, explicando la situación actual y la tendencia en los alojamientos web y las migraciones hacia las soluciones en la nube.

En el tercer capítulo, el análisis externo realizado toma en cuenta tanto factores macroeconómicos (a través del análisis PESTEL) como microeconómicos (analizando las cinco fuerzas de PORTER), así como un análisis detallado de la competencia y su impacto en las estrategias empresariales.

En el cuarto capítulo, la investigación de mercado toma el protagonismo con la identificación de las necesidades no cubiertas por el mercado actual, un estudio más profundo del sector y un test de concepto que proporciona valiosa retroalimentación sobre la acogida potencial del servicio propuesto por parte de los usuarios.

El quinto capítulo describe la propuesta de empresa en sí, mostrando la oportunidad de negocio que ha sido identificada, la actividad empresarial que se desarrollará, un

modelo de negocio clarificado a través del método lean canvas, y expone la misión, visión y valores de PostyHosty. También se incluye un análisis interno que comprende las fuerzas y debilidades de la organización propuesta.

Seguimos con el sexto capítulo, que profundiza en el análisis de la organización, tratando aspectos legales y fiscales, la estructura social y corporativa, los recursos humanos y el organigrama, los recursos tecnológicos y materiales, y evaluando cómo PostyHosty puede alinearse y contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El penúltimo capítulo es el plan de marketing, donde se describen los segmentos de mercado, se definen los objetivos comerciales y las estrategias para alcanzarlos, así como las tácticas de marketing previstas (el marketing mix), junto con mecanismos de control y seguimiento (cronograma y presupuesto).

El último capítulo antes de las conclusiones se dedica al plan económico y financiero, desglosando el plan de inversión necesario, las fuentes de financiación y una previsión de la viabilidad económica de la empresa.

Las conclusiones recopilan los hallazgos más importantes y subrayan la congruencia de la investigación comercial y planificación estratégica con la detección de una clara oportunidad de mercado. La bibliografía y los anexos sirven de soporte documental y de información adicional que respaldan el trabajo realizado.

La oportunidad mercantil que se destaca tras realizar la investigación comercial es significativa. En un entorno económico cada vez más orientado hacia soluciones digitales, PostyHosty se posiciona como una innovadora start-up con la capacidad de ofrecer una propuesta de valor diferencial en el mercado de servicios de alojamiento web basados en la nube. Su servicio de microsistemas en la nube, ajustados a las necesidades de clientes en distintos nichos, tiene la potencialidad de revolucionar la manera en que las empresas acceden y se benefician de las tecnologías de información, posicionando a PostyHosty como un actor competitivo y relevante en este ámbito tecnológico emergente.

1.2. MOTIVACIÓN

La formación académica en Administración de Empresas e Ingeniería Informática ha otorgado una visión integral y diversa. Ha aportado herramientas necesarias para analizar el mercado y los comportamientos de los distintos segmentos. Este conocimiento dual, sumado a la experiencia en roles profesionales que van desde ser ingeniero de software en empresas tecnológicas como Amazon hasta dirigir start-ups de software, ha consolidado un entendimiento profundo del entorno empresarial y las dinámicas que caracterizan el sector tecnológico.

La capacidad de identificar oportunidades emergentes, la experiencia en áreas concretas como el marketing y la gestión de proyectos, así como la comprensión de los análisis de mercado se han cultivado a través de estos roles.

El carácter emprendedor se ha fomentado durante la participación en proyectos independientes. Estos proyectos han permitido interiorizar actitudes como la proactividad y la innovación, y la disposición para asumir riesgos calculados. Se han afrontado desafíos en la toma de decisiones estratégicas, la gestión de recursos y la formulación de proposiciones de valor convincentes para los clientes.

El entendimiento de la creciente demanda de servicios eficientes para facilitar la presencia en línea de las empresas, obtenido a través de estudios académicos y experiencia profesional, se sintetiza en la oportunidad de negocio "PostyHosty". Esta oportunidad se alinea con el perfil académico y la experiencia emprendedora.

Finalmente, la habilidad para analizar las necesidades y preferencias de los clientes en un mercado tan cambiante como lo es el tecnológico, permite detectar oportunidades y diseñar estrategias innovadoras, lo que favorece la competitividad. Estas competencias permiten la generación de propuestas de valor únicas y diferenciadas.

1.3. OBJETIVO

El objetivo principal de este trabajo fin de grado es desarrollar un plan de empresa integral para la start-up PostyHosty, que tiene la intención de irrumpir en el mercado de servicios tecnológicos a través de una solución innovadora basada en micros servicios en la nube. Asimismo, se pretende demostrar la viabilidad del modelo de negocio y su potencial para convertirse en una empresa de éxito en este sector. Para concretar este objetivo principal, se trazan los siguientes objetivos específicos que guiarán la realización del trabajo:

- Realizar una investigación de mercado ad hoc que permita identificar las oportunidades de negocio existentes y segmentar los nichos de mercado más prometedores para introducir los servicios de PostyHosty.
- Desarrollar un modelo de negocio detallado para PostyHosty, que incluya la propuesta de valor, los recursos clave, la estructura de costos y los mecanismos de generación de ingresos, resaltando los beneficios de la implementación de micros servicios en la nube.
- Definir la organización de la empresa PostyHosty, su estructura interna y los servicios ofertados, detallando el organigrama funcional y los perfiles profesionales necesarios para la operativa de la start-up.
- Crear un plan de marketing concreto para PostyHosty, donde se establezcan los objetivos comerciales, las estrategias de mercado y las acciones específicas del marketing mix que permitan alcanzar la visibilidad y el posicionamiento deseado en el mercado objetivo.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto PostyHosty, con el desarrollo de un plan de inversión y financiación que demuestre la sostenibilidad a largo plazo de la start-up.
- Enfocar la propuesta empresarial de PostyHosty teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible, mostrando compromiso social y ambiental.

Estos objetivos específicos persiguen una comprensión profunda y metódica del entorno competitivo del alojamiento web y la transición hacia la adopción de microservicios en la nube, culminando en la formulación de estrategias sólidas para la creación y lanzamiento exitoso de la empresa PostyHosty.

1.4. METODOLOGÍA

La metodología adoptada para el desarrollo de este trabajo fin de grado es de carácter mixto, integrando tanto técnicas cuantitativas como cualitativas para una investigación y una planificación empresarial meticulosa. La aproximación seguida se describe a continuación en distintas fases interrelacionadas:

a) Investigación Documental: Se procederá con una revisión sistemática de literatura y fuentes secundarias, abarcando teoría académica y estudios de mercado actuales, informes sectoriales, publicaciones especializadas y datos estadísticos. El enfoque se centrará en el análisis de tendencias, la evolución tecnológica y el comportamiento del mercado de servicios de hosting y nube.

b) Test de Concepto: Se realizarán test de concepto para evaluar la aceptación preliminar del modelo de microservicios en la nube propuesto por PostyHosty. Dicho test implicará el diseño y distribución de encuestas y entrevistas a una muestra representativa de clientes potenciales y expertos en la industria. Los datos recogidos se analizarán para obtener todas las perspectivas sobre la percepción y las expectativas del servicio.

c) Análisis Comparativo: Se llevarán a cabo estudios comparativos que enfrenten las características del servicio de PostyHosty frente a los ofrecidos por competidores actuales. Se evaluará la propuesta de valor, precio, prestaciones, escalabilidad, seguridad, y otros factores críticos para la diferenciación estratégica.

d) Desarrollo del Plan de Financiación: Comprenderá una detallada proyección financiera que incluya la elaboración de un plan de inversión detallado, el cual identificará y cuantificará los recursos económicos necesarios para el lanzamiento y operación inicial de PostyHosty. Asimismo, se definirá un plan de financiación que establezca cómo se cubrirán estas necesidades, ya sea a través de inversiones propias, préstamos, inversores ángeles, subvenciones o cualquier otra fuente de capital disponible y adecuada para el perfil del negocio.

e) Modelización y Proyecciones Financieras: Con la ayuda de herramientas de modelización financiera y análisis de escenarios, se construirán proyecciones financieras a cinco años que permitan evaluar la viabilidad

económica del proyecto. Se incluirán análisis de sensibilidad para entender el impacto de diferentes variables económicas en la rentabilidad del negocio.

f) Desarrollo Tecnológico: Se profundizará en aspectos como la arquitectura tecnológica necesaria, la selección de plataformas y herramientas, y la planificación para el desarrollo y despliegue de microservicios en la nube.

g) Aportaciones Profesionales: Se integrarán opiniones de expertos y profesionales del sector tecnológico y de alojamiento web, tanto para validar la propuesta de negocio como para adaptarla a las necesidades reales del mercado.

h) Fomento de la Innovación y Sostenibilidad: El proyecto considerará en su diseño metodológico una orientación hacia la innovación responsable y el compromiso con la sostenibilidad, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

i) Integración Interdisciplinaria: Se realizará una integración de conocimientos derivados de ambas ramas de estudio, administración de empresas e informática, para desarrollar un plan empresarial robusto y coherente que sea a la vez técnicamente factible y financieramente viable.

La metodología se adaptará de manera dinámica a las necesidades del proyecto y a los desafíos que surjan durante el desarrollo del trabajo, garantizando un enfoque flexible y actualizado que permita responder a un entorno tecnológico y empresarial en constante evolución.

1.5. RELACIÓN CON LAS ASIGNATURAS DE LA TITULACIÓN

El desarrollo de este plan de empresa para PostyHosty ha implicado la aplicación práctica de los conocimientos y habilidades adquiridos durante mis estudios en el doble grado en Administración de Empresas y en Informática. A continuación, se detalla cómo cada asignatura ha contribuido a diferentes secciones del trabajo:

Antecedentes y definición del negocio (Capítulo 2): En este apartado se beneficia de los conocimientos adquiridos en "Dirección Comercial", obtener una visión general del sector y comprender la situación actual de los servicios de alojamiento web y migraciones.

Análisis externo (Capítulo 3): Asignaturas como "Macroeconomía", "Microeconomía" y "Economía Mundial" me han proporcionado las herramientas necesarias para realizar los análisis PESTEL y PORTER, mientras que "Investigación Comercial" me ayudó a evaluar la competencia.

Investigación de mercado (Capítulo 4): La aplicación de técnicas aprendidas en "Métodos Estadísticos en Economía" y "Econometría" me han facilitado realizar la investigación de mercado y analizar los datos obtenidos en los test de concepto.

Propuesta de empresa (Capítulo 5): He utilizado los conocimientos de "Gestión de proyectos" para identificar la oportunidad de negocio y desarrollar el modelo lean canvas, mientras que las asignaturas de "Estrategia y Diseño de la Organización" me han ayudado a definir la misión, visión y valores de la empresa, así como el análisis interno.

Análisis de la organización (Capítulo 6): "Derecho de la Empresa" y "Gestión Fiscal de la Empresa" han sido claves para determinar la forma jurídica y fiscal de PostyHosty, y "Dirección de Recursos Humanos" ha influido en la estructuración del organigrama y la definición de los recursos humanos necesarios.

Plan de marketing (Capítulo 7): Asignaturas como "Dirección de Producción y Operaciones" y "Investigación Comercial" han aportado a la elaboración de estrategias comerciales y el desarrollo del marketing mix, incluyendo la distribución, comunicación, y establecimiento de precios.

Plan económico y financiero (Capítulo 8): "Dirección Financiera", "Matemáticas Financieras", y "Contabilidad de Costes e Introducción a la Auditoría" han sido fundamentales para preparar el plan de inversión, financiación y la evaluación de la viabilidad económica de la empresa.

Cada una de estas asignaturas ha jugado un papel significativo en la estructuración y el análisis realizado en mi trabajo final de grado, proveyendo un enfoque multidisciplinario que es esencial para la creación de una start-up en el ámbito tecnológico y empresarial como PostyHosty.

2. ANTECEDENTES Y DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La definición del negocio establece los cimientos sobre los cuales se erigirá toda la estructura y estrategia empresarial. En este contexto, reviste una importancia fundamental comprender de forma clara y concisa la esencia de la empresa. Por este medio, la idea del negocio no solo delinea las actividades que la empresa llevará a cabo, sino también la manera en que abordará las necesidades y deseos del mercado.

2.1. ANTECEDENTES

El estudio llevado a cabo por Loo y Rojas (2018), tiene como objetivo central la implementación de un modelo destinado a facilitar la migración a la nube de los servidores alojados en un centro de datos perteneciente a pequeñas y medianas empresas (pymes). Este enfoque se erige sobre la base de un análisis exhaustivo de las prácticas óptimas y las tecnologías subyacentes en el ámbito de las plataformas de cómputo en la nube. Reconociendo que la migración no es universalmente pertinente, sino que su pertinencia se halla en consonancia con las exigencias particulares de cada entidad comercial, estableciendo una propuesta que se erige sobre las directrices emanadas por los proveedores de servicios en la nube, así como las investigaciones académicas pertinentes y los marcos conceptuales de arquitectura, en especial Togaf y CCRA v4.

La estructura del proyecto se desglosa en tres componentes cardinales: Insumo (Input), Solución (Solution) y Producto (Output). Siendo el primero, el cual abarca la obtención de información sustantiva, así como la definición de los principios, objetivos y motores fundamentales del negocio. Este proceso posibilita un entendimiento profundo de la entidad empresarial, sus recursos y su arquitectura tecnológica, al tiempo que facilita la delimitación de los requisitos primordiales para la migración propuesta.

Fundamentándose los autores en la información previamente recabada, se procedió a evaluar tanto la factibilidad de la migración como los proveedores de plataformas en la nube. Estas evaluaciones atañendo a la conveniencia de llevar a cabo la migración y, a su vez, a la elección del proveedor más adecuado en función de una amalgama de variables. Entre las opciones objeto de evaluación se encuentran el almacenamiento en la nube, servicio de importación característico de la plataforma en la nube, los guiones de comandos destinados a invocar los servicios esenciales, instancias materializadas en el entorno en la nube y herramienta destinada a la administración y supervisión de dichas instancias.

En su culminación, el proyecto arroja como Producto la migración exitosa de los servidores al entorno en la nube, habiendo sido configurados de manera apropiada

en estrecha consonancia con los requerimientos y necesidades previamente delineados.

Por su parte, Wubu (2020), centra su estudio en la migración de sistemas de información tradicionales a la nube utilizando la tecnología Amazon Web Services (AWS). Llevando cabo un estudio de caso en instituciones de servicios financieros, específicamente en un banco. De esta manera, el sistema de tecnología de la información existente en la institución financiera era tradicional y su infraestructura se alojaba localmente, debido a que las sucursales no estaban conectadas de manera eficiente para acceder a recursos con los clientes, la sede central y otros interesados.

En el proyecto, se implementaron tecnologías de Amazon Web Services para migrar la infraestructura de TI tradicional existente a la nube. La transformación benefició a la organización al proporcionar una infraestructura de vanguardia para el acceso a datos y la gestión de aplicaciones de manera rentable, eficiente, rápida y ágil. De igual manera, el sistema en la nube adoptado permitió a la organización contar con soluciones y servicios de almacenamiento, bases de datos y redes.

De esta manera, se propone un diseño de arquitectura de tres capas (capa web, capa de aplicación y capa de base de datos) y, basándose en este diseño, se implementó una solución que proporciona infraestructura como servicio utilizando la tecnología de Amazon Web Services, a pesar de que abarca una amplia gama de tecnologías, el alcance del estudio solamente limitó a algunos de los aspectos tecnológicos específicos.

En otro contexto, la investigación llevada a cabo por Peñaranda (2019), en su tesis referente a la transición de aplicaciones hacia la nube mediante tecnologías diseñadas para alta disponibilidad, condujo a la conclusión de que, tras la ejecución, migración y pruebas del entorno con alta disponibilidad en la nube, se evidenció una optimización de los procesos operativos internos gracias a los servicios alojados en este entorno de alta disponibilidad.

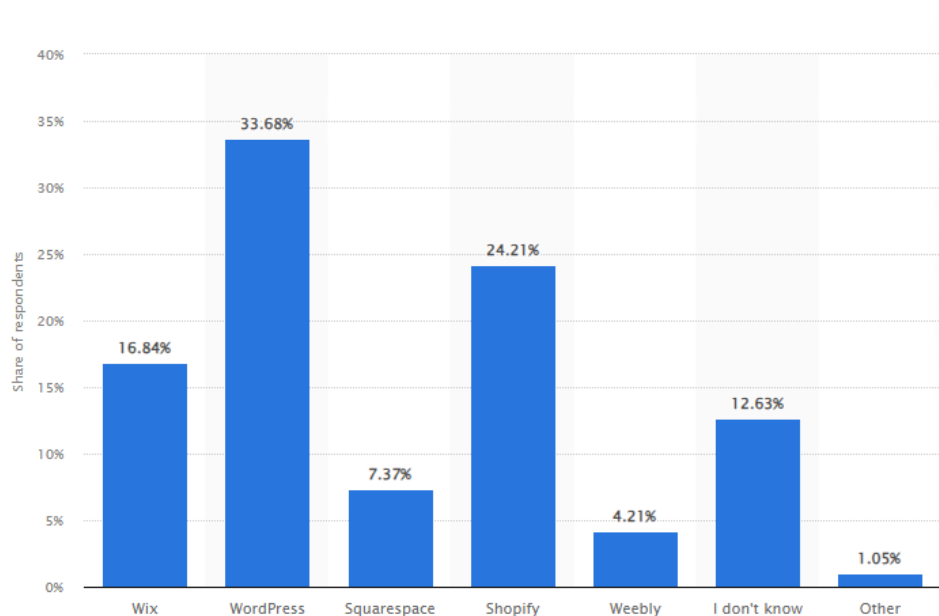
Asimismo, se resalta que se fortaleció la seguridad mediante la implementación de diversas metodologías avanzadas de nivel empresarial que aseguraron y salvaguardaron la integridad de los datos. Este hallazgo establece un vínculo directo entre la adopción de servicios en la nube y el fortalecimiento de la seguridad informática. Adicionalmente, la investigación de Peñaranda (2019), también arribó a la conclusión de que se logró la integración flexible de distintos sistemas operativos, lenguajes de programación y diversas plataformas utilizadas por la institución.

Bajo esta perspectiva, este proceso de integración resultó transparente, sin ocasionar incompatibilidades ni pérdida de información. Aportando los resultados, evidencia substancial de que la migración hacia entornos en la nube no repercute adversamente en la operatividad, ya que existen mecanismos de integración eficaces disponibles. De esta forma, el mismo estudio concluyó que la adopción de nuevas tecnologías y el aumento de su uso fomenta el crecimiento empresarial, beneficiándose de las ventajas sustanciales que conllevan las comunicaciones en la

nube, tales como escalabilidad, reducción de costos, eficiencia, productividad y flexibilidad.

De acuerdo con Comis et al., (2022), el mercado de servicios de alojamiento web ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de presencia en línea tanto por parte de empresas como de individuos, dicha tendencia ha llevado a un aumento significativo en la oferta y la competencia en el sector. De manera tal, que la proliferación de sistemas de gestión de contenido (CMS) líderes, como WordPress, ha generado una mayor necesidad de servicios de alojamiento web, ya que estos CMS requieren un entorno de alojamiento adecuado para su funcionamiento eficiente, tal como se muestra en la Ilustración 1.

Ilustración 1 - Software utilizado por las pequeñas y medianas empresas (pymes) para crear su sitio web en España en abril de 2022



Fuente: Statista, 2023.

Sin embargo, dentro del mercado de alojamiento web, existe una interacción constante entre los servicios de alojamiento compartido, dedicado y virtual privado (VPS). Esto conlleva a que los servicios de alojamiento compartido se mantengan populares debido a su asequibilidad, mientras que los servicios de alojamiento dedicado y VPS han ganado terreno entre aquellos que buscan un mayor control sobre su infraestructura y recursos. Esta diversificación de servicios ha contribuido a una competencia intensa entre los proveedores, lo que a su vez ha impulsado la innovación en términos de características, rendimiento y seguridad.

De este modo, la seguridad y el rendimiento son aspectos cruciales en el mercado de alojamiento web. Lo que, a su vez, ha generado que los proveedores estén

comprometidos con la implementación de medidas de seguridad avanzadas, como la inclusión de certificados SSL gratuitos y la defensa contra ataques DDoS, para garantizar la integridad y la confiabilidad de los sitios web alojados en sus plataformas. Del mismo modo, el rendimiento óptimo se ha convertido en una expectativa estándar entre los usuarios, efectuando una mejora continua de la infraestructura tecnológica y la capacidad de escalabilidad de los proveedores.

De acuerdo con los autores Grand View Research, (2023), en términos de datos cuantitativos, estadísticas relevantes sobre el volumen del mercado de servicios de alojamiento web pueden proporcionar una comprensión más precisa de su tamaño y alcance. Según informes de mercado, se estimaba que el mercado global de servicios de alojamiento web tenía un valor significativo. Además, se proyectaba un crecimiento continuo en el futuro, respaldado por la creciente digitalización y el aumento en la adopción de tecnologías en línea por parte de diversas industrias.

En conclusión, el mercado de servicios de alojamiento web se ha consolidado como un componente esencial en el panorama digital actual. Ante el hecho, que la interacción entre diferentes modalidades de alojamiento, atención a la seguridad, rendimiento, y la competitividad entre proveedores son aspectos claves que configuran su dinámica.

Por último, Vaello (2023), lleva a cabo un estudio detallado de las principales opciones de alojamiento para aplicaciones y servicios web que se utilizan en la actualidad. Para ello, se determinarán no solo las características principales de estas opciones, sino también sus puntos fuertes y debilidades para cada tipo de proyecto. De tal modo, que se intentará establecer cuáles de las diferentes alternativas son las más recomendadas para desarrollar proyectos en ciertos lenguajes de programación utilizados en el backend.

Por consiguiente, el objetivo de este proyecto es demostrar que, a pesar de la variedad de opciones de alojamiento, la transición al alojamiento en la nube y a su entorno es un proceso imparable y beneficioso. Teniendo esto en cuenta, existen opciones tradicionales que podrían funcionar en algunos proyectos; sin embargo, la opción en la nube es una posibilidad real en cualquier proyecto.

Por otro lado, siendo conscientes de la realidad de este proceso, se desarrolla el concepto de migración y, con mayor detalle, las migraciones desde entornos locales hacia entornos en la nube, describiendo lo que implica una migración, las formas de llevarla a cabo y, finalmente, un estudio de los costos iniciales y recurrentes que surgen cuando se lleva a cabo este proceso. Estos elementos son absolutamente vitales para las empresas que están planeando una migración a la nube y también se quiere resaltar que, en los procesos de proyectos de migración extensos, existen múltiples costos que provienen de diversas fuentes debido al hecho de que no es un proceso lineal que consista en trasladar un proyecto de un lugar a otro.

Los costes asociados a la migración y alojamiento de servicios en la nube pueden clasificarse de diversas maneras, pero aquí presentamos una clasificación básica junto con un ejemplo ficticio de costes para una empresa que decide migrar su

infraestructura hacia un proveedor de servicios en la nube. La tabla incluirá costes iniciales y costes recurrentes.

Tabla 1 - Tabla de costes

Tipo de Coste	Descripción	Coste (Ejemplo)
Costes Iniciales		
Evaluación y Planificación	Asesoramiento y elaboración de un plan de migración.	5,000 €
Capacitación del Personal	Formación a empleados para gestionar y operar la nube.	2,500 €
Herramientas de Migración	Adquisición de software o uso de servicios para la migración.	1,000 €
Mano de Obra para la Migración	Costo de los técnicos e ingenieros que realizan la migración.	10,000 €
Tiempo de Inactividad	Costo asociado a la pérdida de productividad durante la migración.	3,500 €
Costes Recurrentes		
Soporte y Mantenimiento	Soporte técnico y actualizaciones necesarias.	300 €/mes

Servicios Adicionales	Servicios de monitoreo, seguridad, backups, etc.	500 €/mes
Capacitación Continua	Cursos y recursos para mantener al personal actualizado.	200 €/mes
Actualización de Equipos/Sistemas	Inversión periódica en la actualización de equipos y sistemas.	1,000 €/anual

Fuente: Elaboración Propia (2023).

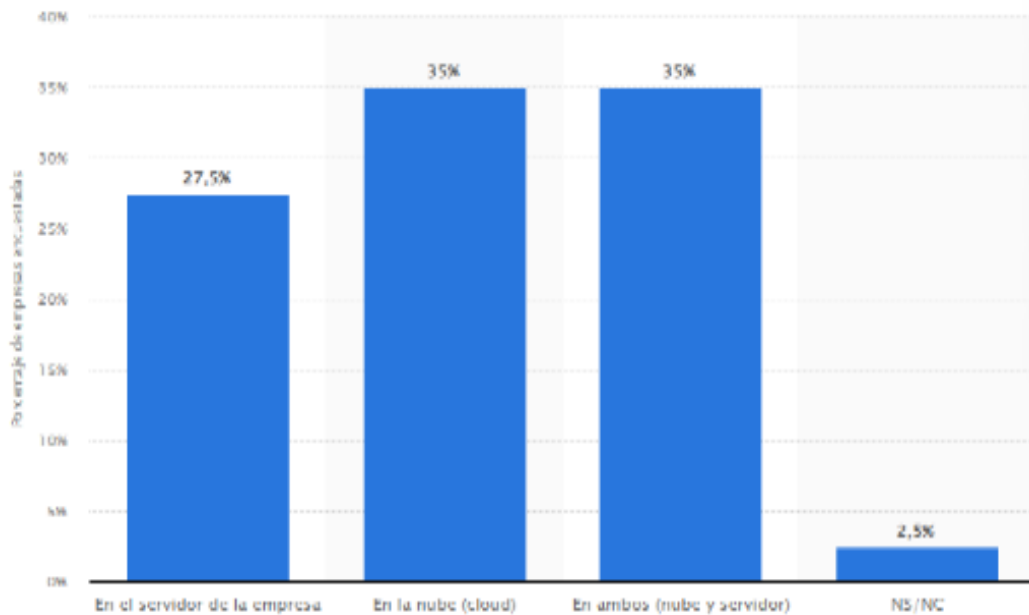
Por consiguiente, este tipo de proyecto, en muchos casos, tiende a generar un cambio de paradigma y también requiere la participación de equipos multidisciplinarios, formados por una gran cantidad de profesionales. De manera tal, que, durante el estudio de los costos de migración, se verifica que, para llevarla a cabo, es necesario tener en cuenta una multitud de factores en todos los niveles, siendo uno de los principales el precio del servicio de alojamiento en la nube elegido. Si se reduce el número de proveedores a los tres principales (AWS, Azure y Google Cloud), la complejidad se reduciría, pero no lo suficiente, especialmente si se trata de un desarrollador de aplicaciones web que no cuenta con el respaldo de una empresa u organización para desarrollar la aplicación, puntualiza el autor.

2.2. SITUACIÓN ACTUAL Y TENDENCIA EN LOS ALOJAMIENTOS WEB Y MIGRACIONES

En la actualidad, el panorama de los alojamientos web y las migraciones está experimentando una transformación significativa en respuesta a la creciente demanda de soluciones de alojamiento flexibles y escalables. Según la investigación de Song(2021), la migración a la nube se ha consolidado como una estrategia esencial para empresas de diversos sectores, permitiendo una mayor agilidad y reducción de costos. De este modo, la adopción de entornos en la nube ha ido en aumento, con una creciente conciencia sobre los beneficios potenciales, como la escalabilidad bajo demanda y la gestión simplificada de la infraestructura.

Por otra parte, los servicios de alojamiento web tradicionales han evolucionado para adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado. Autores como Castañeda y Villegas (2020), destacan que las empresas han optado por la virtualización y la compartición de recursos para optimizar el rendimiento y reducir los costos operativos. Sin embargo, en un estudio de Kirimtat et al., (2020), se plantea que la migración a la nube ofrece un enfoque más rentable y eficiente para gestionar cargas de trabajo y aplicaciones de forma dinámica (Ver Ilustración 2)

Ilustración 2 - Lugares donde las empresas alojaron soluciones de software en España en 2019



Fuente: Statista, 2023.

De modo tal, que el crecimiento de los servicios de alojamiento en la nube se refleja en el análisis de mercado de Statista (2020), que reporta un aumento constante en los ingresos generados por los proveedores de servicios en la nube en los últimos años. La diversificación de opciones en la nube, como Infrastructure as a Service (IaaS), Platform as a Service (PaaS) y Software as a Service (SaaS), brinda a las organizaciones una variedad de alternativas para migrar sus aplicaciones y servicios (Zavala et al., 2020).

En este contexto, las migraciones desde entornos locales hacia la nube han surgido como un área de interés y enfoque para investigadores y profesionales. El trabajo de Castañeda y Villegas (2020), resalta la importancia de la planificación y la gestión efectiva en las migraciones, a fin de evitar problemas y pérdida de datos. Mientras en la investigación de Cacho y Salado (2023), discute cómo la elección de un proveedor de servicios en la nube y la optimización de recursos son elementos cruciales en el éxito de una migración.

Por otro lado, los costos asociados con las migraciones a menudo juegan un papel central en la toma de decisiones de las organizaciones. Un análisis de del Valle y Garabán (2021), señala que los costos directos e indirectos deben ser evaluados en conjunto para determinar la viabilidad financiera de una migración. Además, Barbolla (2020), subrayan la importancia de considerar los aspectos de seguridad y cumplimiento normativo al evaluar los costos y beneficios de la migración a la nube.

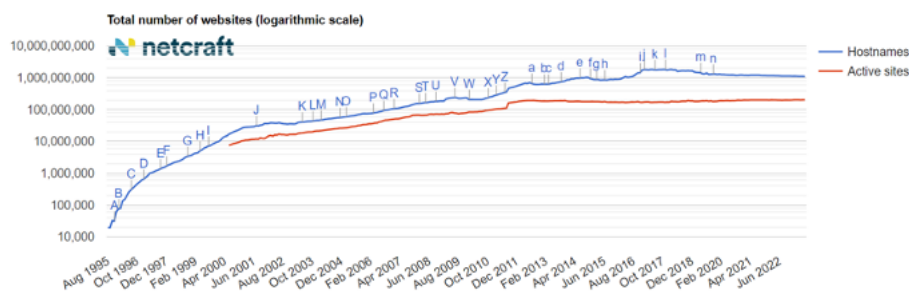
En cuanto a las tendencias futuras, autores como Bhushan et al., (2020), anticipan una mayor adopción de estrategias híbridas, donde las organizaciones combinarán

recursos en la nube con sistemas locales para lograr un equilibrio entre flexibilidad y control. Por tanto, la automatización y la orquestación de procesos también emergen como áreas de enfoque para mejorar la eficiencia de las migraciones.

2.3. CONTEXTO

En un entorno altamente competitivo caracterizado por la constante emergencia de nuevas tecnologías, se despliega una variedad de sistemas que ofrecen soluciones en el ámbito del alojamiento de aplicaciones. El presente estudio se focaliza en un servicio que experimenta una creciente adopción por parte de las empresas en su estrategia para conectar con sus clientes: las Páginas Web. Para ello, en la Ilustración , se demuestra el avance que ha tenido los “websites” activos

Ilustración 3 - Número Total de Páginas Web 1995-2022



Fuente: Netcraft. (2023).

En consecuencia, esta investigación se propone explorar las distintas propuestas que se encuentran disponibles en el mercado.

- Alojamiento tradicional, servidores locales en la empresa (Self-hosted o Collocated)
 - o Se refiere a que las organizaciones mantienen sus propios servidores en las instalaciones de la empresa para alojar sus sitios web y aplicaciones. Estos servidores son autoadministrados y co-localizados en sus propias instalaciones, requiriendo inversión significativa en hardware, software y personal especializado para operar y mantener la infraestructura tecnológica.
- Alojamiento privado, servidores en un centro de datos compartido (Virtual Private Server, VPS o Dedicated)
 - o Un "Virtual Private Server" (VPS) es una máquina virtual ofrecida como servicio por un proveedor de hosting. Aunque los recursos de un servidor físico se comparten entre varios clientes, a cada VPS se le asigna una parte dedicada de estos recursos. En un servidor dedicado, el cliente arrienda un servidor físico completo, lo que le ofrece mayor poder computacional y control, aunque sigue requiriendo gestión técnica por parte del cliente o de un tercero.

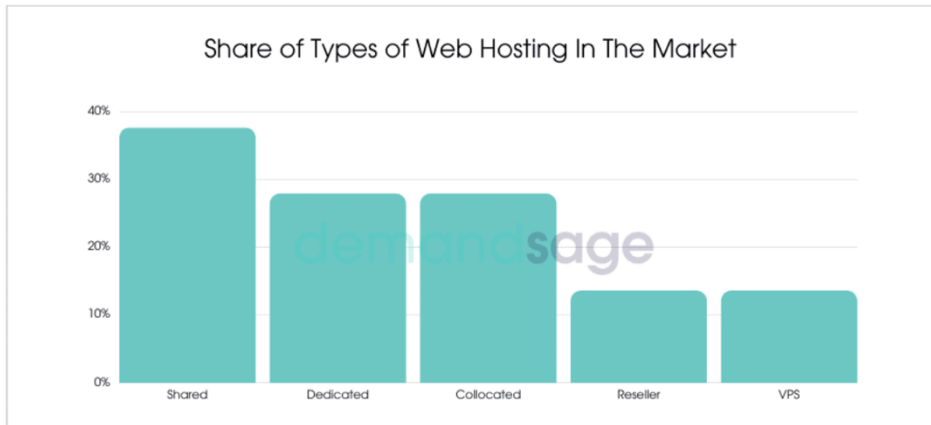
- Alojamiento compartido, porción de un servidor en un centro de datos (Shared Hosting)
 - "Shared Hosting" significa que múltiples sitios web se alojan en un solo servidor y comparten sus recursos. Esta es una solución económica para sitios web con menor tráfico y requerimientos de recursos, ya que los costos de mantenimiento y operación del servidor se dividen entre los múltiples usuarios que comparten el servidor.
 - Aunque el alojamiento en la nube privada sea una solución para reducir gastos, sigue siendo muy cara para proyectos más pequeños que tienen pocas o ninguna utilización. Por lo que para crear nuevas webs la nube compartida permite el alquilar parte de un servidor y compartirlo con más usuarios.

- Alojamiento en la nube, servidores proporcionados por un proveedor en la nube (Cloud hosting)
 - "Cloud hosting" es un servicio que ofrece servidores preconfigurados en una infraestructura en la nube, lo que permite a los usuarios centrarse en el diseño y la gestión de sus aplicaciones sin preocuparse por el mantenimiento del servidor o la escalabilidad de la infraestructura.
 - " La elasticidad de recursos ofrecida por los proveedores de nube elimina los costos iniciales de construir una infraestructura alojada internamente y elimina los retrasos al permitir a los usuarios ampliar sus recursos según la demanda. " (Molnar y Schechter, 2010).

- Alojamiento con ejecución bajo demanda, rama del alojamiento en la nube que permite solo pagar por el tiempo de ejecución del servidor (Execution On-Demand)
 - Esta forma de alojamiento en la nube permite que las empresas paguen solamente por el tiempo que sus servidores y recursos son efectivamente utilizados para ejecutar aplicaciones. Esto puede ser económicamente ventajoso, en especial para aplicaciones con uso intermitente o irregular, al reducir los costes al mínimo necesario. Es crucial entender que, aunque la capacidad puede considerarse virtualmente ilimitada, los costos están directamente vinculados al uso, por lo que una aplicación ineficiente podría incurrir en costos excesivos.

En la Ilustración 4 el alojamiento en la nube y ejecución bajo demanda se engloban dentro de la categoría de alojamiento dedicado y compartido.

Ilustración 4 - Cuota del mercado del sector



Fuente: Demandsage (2023)

3. ANÁLISIS EXTERNO

El análisis externo en el contexto del desarrollo de un plan de marketing para una empresa tecnológica como "PostyHosty" constituye un elemento esencial para comprender el entorno en el cual la empresa operará. Este análisis proporciona una panorámica detallada de las fuerzas, tendencias y dinámicas que influyen en el mercado y en la industria en la que la empresa busca insertarse. Mediante la evaluación minuciosa de factores externos, como la competencia, comportamiento del consumidor, oportunidades y amenazas del mercado, se busca obtener una visión sólida y fundamentada que permita tomar decisiones estratégicas informadas.

De esta manera, el análisis externo reviste aún mayor importancia, ya que brinda las bases para adaptar y orientar las acciones de marketing hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales en un contexto altamente competitivo y dinámico.

3.1. ANÁLISIS MACROECONÓMICO (PESTEL)

La presente tabla ofrece un análisis exhaustivo bajo el enfoque PESTEL, proporcionando una visión panorámica de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, medioambientales y legales que impactan en el sector del alojamiento de páginas web. Cada categoría revela una serie de variables clave que influyen en el entorno operativo, permitiendo una comprensión detallada de las oportunidades y desafíos que enfrenta la entidad en su contexto externo. Este análisis PESTEL sirve como herramienta estratégica esencial para la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias adaptativas en un entorno empresarial dinámico.

Tabla 2 - Análisis PESTEL

Aspecto	Descripción
Político	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estabilidad política que contribuye a un ambiente favorable para la inversión y el crecimiento económico en España. 2. Cambios en la administración gubernamental y políticas que pueden influir en la planificación a largo plazo de las empresas. 3. Políticas de apoyo a la innovación tecnológica que pueden beneficiar el desarrollo de la industria de servicios en línea. 4. Repercusiones económicas de acuerdos comerciales internacionales y alianzas políticas que afectan la relación con otros países. 5. Cambios en las regulaciones fiscales y laborales que pueden impactar en los costos operativos y la competitividad de los negocios
Económico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios demográficos en la población española que pueden impactar en la demanda y preferencias de servicios digitales. 2. Aumento de la penetración de internet y el acceso a dispositivos móviles, lo que influye en la adopción de servicios en línea. 3. Cambios en los comportamientos y expectativas de los consumidores en relación a la tecnología y la interacción digital. 4. Bajada del consumo y el incremento del ahorro por la inestabilidad política y económica mundial. 5. Tendencias en el empleo y formas de trabajo que pueden influir en la demanda de servicios en línea tanto para profesionales como para empresas.

<p>Social</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación tecnológica en España que brinda oportunidades sociales para el desarrollo de soluciones avanzadas en el ámbito de la nube. 2. Inversión en I+D y adopción de tecnologías emergentes que pueden impactar en la competitividad de los servicios en línea. 3. Desarrollo de infraestructura tecnológica, como redes de comunicación de alta velocidad, que facilita el acceso de servicios a la población. 4. Adopción de tecnologías de automatización y machine learning que pueden mejorar la eficiencia y calidad de los servicios en línea. 5. Formación y disponibilidad de profesionales en tecnología que influyen la implementación y gestión de soluciones en la nube.
<p>Tecnológico</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Avances tecnológicos y la adopción de tecnologías emergentes que pueden generar ventajas competitivas. 2. Inversión en investigación y desarrollo que facilita el acceso a soluciones innovadoras y de vanguardia. 3. Interconexión y el Internet de las Cosas (IoT) que influyen en la forma en que se brindan y consumen los servicios. 4. Automatización y mejora de procesos que pueden aumentar la eficiencia y la calidad de los servicios en línea. 5. Disponibilidad de profesionales capacitados en tecnología que facilita la implementación y gestión de servicios en la nube.
<p>Ambiental</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas gubernamentales de sostenibilidad y energías renovables que influyen en la adopción de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Preferencia del consumidor por empresas y servicios comprometidos con la responsabilidad ecológica y la agenda 2030. 3. Normativas ambientales y restricciones regulatorias que pueden afectar la operación de soluciones tecnológicas. 4. Innovaciones tecnológicas en energías limpias que pueden influir en la disponibilidad y costos de recursos energéticos. 5. Creación de incentivos fiscales para soluciones sostenibles que pueden impactar en la adopción de servicios en línea respetuosos con el medio ambiente. 6. Conciencia ambiental creciente que puede generar preferencia por servicios en línea que se alineen con prácticas sostenibles.
Legal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marco legal establecido en tecnologías de la información que proporciona confianza y protección a los usuarios. 2. Regulaciones de protección de datos y privacidad que afectan la recopilación y manejo de información personal. 3. Normativas sobre propiedad intelectual y derechos de autor que influyen en el desarrollo y distribución de contenidos en línea. 4. Regulaciones en comercio electrónico y contratación en línea que afectan las operaciones y transacciones digitales. 5. Normas de seguridad cibernética y regulaciones de cumplimiento que influyen en la confiabilidad y operación segura de los servicios en línea.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ontsi (2023).

3.2. ANÁLISIS MICROECONÓMICO (PORTER)

La amenaza de entrada de nuevos competidores

La barrera de entrada al mercado de alojamiento web en la nube: la barrera de entrada puede considerarse relativamente baja debido a la accesibilidad de la tecnología de la nube y los servicios de alojamiento. Existen varias empresas que ofrecen servicios de alojamiento web en la nube, lo que indica la presencia de competidores establecidos en el mercado. Sin embargo, no se requiere una inversión masiva para comenzar a operar, lo que facilita la entrada de nuevos competidores.

La competencia en el mercado de alojamiento web en la nube: El mercado de alojamiento web en la nube es altamente competitivo y se encuentra en constante evolución. Existe una amplia gama de proveedores de servicios que ofrecen soluciones de alojamiento web en la nube a empresas y particulares. Esta competencia puede dificultar la entrada de nuevos competidores y requerir estrategias sólidas para diferenciarse y ganar cuota de mercado.

La rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre competidores existentes es intensa en el mercado de alojamiento web en la nube. Las empresas compiten en términos de precios, características del servicio, rendimiento, seguridad y soporte técnico. La diferenciación y la capacidad de ofrecer un valor agregado a los clientes son factores clave para destacar en este mercado altamente competitivo.

El poder de negociación de los clientes

Los clientes tienen un cierto grado de poder de negociación debido a la disponibilidad de múltiples proveedores de servicios de alojamiento web en la nube. Pueden comparar precios, características y calidad de servicio antes de tomar una decisión. Esto pone presión sobre los proveedores para ofrecer precios competitivos y garantizar la satisfacción del cliente.

El poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de servicios en la nube, como Amazon Web Services u otros proveedores, tienen un poder significativo en el mercado. Establecen los precios, las condiciones de servicio y las regulaciones que los clientes deben cumplir. Sin embargo, la existencia de múltiples proveedores y la posibilidad de establecer alianzas estratégicas pueden ayudar a mitigar este poder de negociación.

La amenaza de productos sustitutos

La existencia de otros tipos de alojamiento web: existen alternativas al alojamiento web en la nube, como el alojamiento tradicional en servidores propios, el alojamiento privado o el alojamiento compartido. Estos tipos de alojamiento podrían considerarse sustitutos al servicio de alojamiento web en la nube. Los clientes pueden optar por estas alternativas según sus necesidades específicas y preferencias.

La existencia de otras plataformas en la nube: además de los servicios de alojamiento web en la nube, existen otras plataformas en la nube que ofrecen funcionalidades similares. Estas plataformas pueden brindar soluciones integrales

que incluyen servicios de almacenamiento, procesamiento de datos, inteligencia artificial, entre otros. Los clientes pueden considerar estas plataformas como alternativas al alojamiento web en la nube, lo que representa una amenaza en términos de competencia.

3.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el competitivo escenario empresarial actual, es esencial realizar un análisis exhaustivo de la competencia para desarrollar estrategias efectivas y mantener una ventaja competitiva. La siguiente tabla proporciona un detallado panorama de los competidores clave en el mercado, destacando información fundamental como el año de constitución, facturación anual aproximada y número de empleados aproximado. Además, se detallan las características distintivas de cada competidor, incluyendo servicios ofrecidos, estructura de precios, ubicación de sedes y los idiomas en los que operan.

Tabla 3 - Análisis de la Competencia

Empresa	Año de Constitución	Facturación Anual (aprox.)	Número de Empleados (aprox.)
Webempresa 	1998	5-10 millones de euros	50-200
Raiola Networks 	2014	2-5 millones de euros	50-200
Dinahosting 	2001	2-5 millones de euros	50-200
HostEurope España 	1997	5-10 millones de euros	50-200

Acens
(Grupo
Telefónica)

Año de

1997

20-50 millones de
euros




200-500

acens

Part of Telefónica Tech

Fuente: Elaboración propia a partir de Opiniones Hosting. (2023).

Tabla 4 - Características de los Competidores

Empresa	Año de Constitución	Servicios Ofrecidos	Precios	Sedes	Idiomas
Webempresa 	1998	Hosting WordPress, VPS, alojamiento compartido, seguridad web	Varían según el plan elegido	Madrid y Barcelona	Español
Raiola Networks 	2014	Alojamiento web, VPS, dominios	Diversos planes disponibles	Lugo, Galicia	Español
Dinahosting 	2001	Alojamiento compartido, VPS, servidores dedicados, dominios	Amplia gama de precios	Santiago de Compostela	Español

**HostEurope
España**

1997

Hosting, VPS,
servidores
dedicados,
dominios

De acuerdo
con el
servicio

Madrid

Español



**Acens (Grupo
Telefónica)**

1997

Alojamiento,
VPS,
servidores
dedicados,
servicios en la
nube

Variedad de
opciones y
precios

Madrid

Español



Fuente: elaboración propia (2023)

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado, en el contexto del desarrollo de un plan de marketing para la empresa tecnológica "PostyHosty", juega un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas informadas. Esta fase introductoria tiene como objetivo adentrarse en el panorama del mercado en el que la empresa operará, analizando a fondo las preferencias, necesidades y comportamientos de los consumidores.

De este modo, la investigación de mercado proporciona una visión integral de la demanda existente, identifica posibles oportunidades y desafíos, y permite ajustar la propuesta de valor de la empresa para alinearse con las expectativas del público objetivo. Esto permite, un análisis de la competencia y la evaluación de las tendencias en el entorno tecnológico y empresarial. A través de la recopilación y el análisis de datos precisos y relevantes, la investigación de mercado se convierte en la base sobre la cual se construirán estrategias de marketing sólidas y adaptadas a las necesidades cambiantes de los consumidores y del mercado en general.

4.1. NECESIDADES DETECTADAS

En consonancia con el análisis previamente efectuado acerca de las entidades de alojamiento web en el entorno español y sus rasgos distintivos, emergen una serie de necesidades discernibles en el contexto de una Investigación de Mercado. Estas necesidades, orientadas a satisfacer las expectativas y demandas de eventuales consumidores en búsqueda de soluciones de alojamiento web en la nube, acentúan diversos puntos de relevancia. A continuación, se desglosan dichas necesidades de forma metódica:

1. **Pluralidad de Alternativas de Hospedaje:** Los potenciales clientes manifiestan el anhelo de contar con una amplia gama de alternativas en relación con el alojamiento web en la nube, con la finalidad de concordar con sus requisitos específicos. La diversidad de servicios ofrecidos por múltiples entidades, que abarcan desde el alojamiento compartido hasta servidores virtuales y dedicados, pone de manifiesto la necesidad de soluciones adaptables que reflejen las capacidades y particularidades de cada individuo.
2. **Especialización y Focalización:** Los futuros usuarios denotan preferencia por proveedores que se dedican de manera especializada a áreas particulares, como el hospedaje de sitios web en WordPress. Esta demanda podría atribuirse a la búsqueda de soluciones que ofrezcan funcionalidades y optimizaciones específicas para plataformas o tecnologías concretas.
3. **Seguridad y Rendimiento Óptimos:** La seguridad y el rendimiento se erigen como aspectos de vital relevancia para cualquier empresa en línea. En consecuencia, los consumidores demandan servicios de alojamiento web en la nube que enfatizen la seguridad de los datos y que garanticen un rendimiento óptimo, en aras de asegurar una experiencia de usuario satisfactoria.
4. **Esquemas de Precios Flexibles y Accesibles:** La diversidad de precios y planes presentados por las diversas entidades refleja la necesidad de opciones asequibles y adaptables que se ajusten a distintas capacidades económicas. Los potenciales clientes se inclinan hacia proveedores que ofrezcan tarifas competitivas y modalidades de escalabilidad acordes a sus cambiantes necesidades.
5. **Asistencia Técnica en Idioma Nativo:** La disponibilidad de soporte técnico en el idioma natal de los usuarios destaca como una necesidad primordial. De esta manera, la capacidad de recibir ayuda y resolver problemas en el idioma materno se erige como un factor crucial en la elección de proveedores, permitiendo una comunicación fluida y efectiva.
6. **Diversidad de Ubicaciones:** La existencia de empresas con centros de datos en diversas localidades responde a la demanda de alternativas geográficas para alojar proyectos digitales. De modo tal, que los usuarios pueden manifestar interés por proveedores que ofrezcan ubicaciones estratégicas cercanas a sus públicos objetivos, con el propósito de optimizar la velocidad y accesibilidad de los sitios web.
7. **Transparencia en los Precios y Servicios:** La claridad en la presentación de información relacionada con los precios y los servicios surge como un factor de importancia para los consumidores. Esto genera, transparencia en cuanto a la estructura de precios y la gama de servicios brindados influye en la confianza de los clientes y ejerce un impacto en la elección del proveedor.
8. **Innovación Tecnológica:** Las empresas que proporcionan soluciones tecnológicas innovadoras y avanzadas tienen la capacidad de satisfacer las

necesidades de usuarios que buscan mantenerse al día con las últimas tendencias en alojamiento web en la nube, lo cual constituye un factor de notoria atracción.

Desde una perspectiva de Investigación de Mercado, el análisis y la evaluación de estas necesidades pueden ser llevados a cabo a través de métodos como encuestas, entrevistas y análisis de datos. Estas aproximaciones permiten comprender cómo los consumidores perciben las ofertas existentes en el mercado y qué aspectos valoran en mayor medida al momento de elegir un proveedor de alojamiento web en la nube.

4.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En las siguientes tablas se presenta un análisis detallado de la competencia destacando las fortalezas y debilidades de los principales jugadores del sector, proporcionando una visión integral de su rendimiento. La tabla de comparativa de servicios ofrecidos amplía esta evaluación, ofreciendo una amplia visión de las ofertas de cada competidor.

Tabla 5 - Análisis de la Competencia

Empresa	Fortalezas	Debilidades
Webempresa	<ul style="list-style-type: none"> • Especialización en WordPress. • Enfoque en seguridad y rendimiento. • Variedad de planes disponibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio puede ser considerado alto. • No ofrece servicios en otros idiomas. • Cobertura geográfica limitada.
Raiola Networks	<ul style="list-style-type: none"> • Especialización en servicios de alojamiento. • Diversidad de opciones (alojamiento, VPS y dominios). 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio puede ser considerado elevado. • Soporte técnico solo en español. • Cobertura geográfica limitada.
Dinahosting	<ul style="list-style-type: none"> • Amplia gama de servicios disponibles. <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia y reconocimiento en el mercado. • Opciones escalables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios pueden ser considerados altos. • Competencia en un mercado saturado. • Enfoque regional limitado.

HostEurope España	<ul style="list-style-type: none"> • Trayectoria establecida y experiencia. • Diversidad de servicios (alojamiento, VPS, servidores). 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios pueden ser considerados elevados. • Variedad de servicios podría resultar confusa para algunos usuarios. • Enfoque geográfico limitado.
Acens (Grupo Telefónica)	<ul style="list-style-type: none"> • Respaldada por el Grupo Telefónica. <ul style="list-style-type: none"> • Amplia gama de soluciones en la nube. • Cobertura integral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio puede ser considerado alto. • Enfoque más amplio puede afectar la especialización en alojamiento web. • Enfoque corporativo puede no adaptarse a todos los usuarios.

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Tabla 6 - Tabla de Comparativa de Servicios Ofrecidos

Empresa	Hospedaje Especializado en WordPress	Hospedaje de Sitios Web	Diversidad de Servicios	Alojamiento Versátil	Soluciones en la Nube
Webempresa	Sí	No	No	No	No
Raiola Networks	No	Sí	No	No	No
Dinahosting	No	No	Sí	No	No
HostEurope España	No	No	No	Sí	No

Acens (Grupo Telefónica)	No	No	No	No	Sí
---------------------------------	----	----	----	----	----

Fuente: Elaboración Propia (2023).

4.3. EXPERIENCIA EN EL SECTOR

La experiencia en el sector representa un elemento de suma relevancia para la prosperidad de las empresas dedicadas al ámbito del alojamiento web en la nube. En un entorno caracterizado por una competencia intensa, aquellas entidades que ostentan una dilatada trayectoria suelen gozar de una ventaja competitiva sustancial al haber acumulado conocimientos profundos y pericia a lo largo del tiempo. Esta experiencia abarca no solo un dominio técnico sólido, sino también una comprensión integral de las demandas cambiantes de los consumidores y la capacidad de adaptación a las dinámicas evolutivas del mercado.

Esto genera que las organizaciones con una experiencia consolidada en el sector tiendan a ofrecer soluciones más maduras y robustas, respaldadas por procesos optimizados y un entendimiento profundo de los desafíos y las oportunidades que prevalecen en la industria del alojamiento web en la nube. De igual manera, suelen contar con equipos especializados y profesionales altamente capacitados en términos técnicos, capaces de abordar problemáticas complejas y proporcionar un soporte de alta calidad a los clientes.

En contrapartida, las entidades “novatas” en el sector pueden carecer de la misma profundidad de conocimiento y encontrarse en un proceso de perfeccionamiento de sus operaciones y servicios. Sin embargo, aunque pueden aportar innovación y perspectivas frescas, se hace imperativo sopesar este aspecto con la confiabilidad y estabilidad que la experiencia en el sector puede conferir.

Por tanto, al considerar diversas alternativas de proveedores de alojamiento web en la nube, debe tomarse en cuenta la experiencia acumulada en el sector emergiendo como un criterio esencial para la toma de decisiones fundamentadas. De esta manera, las compañías con un historial prolífico de éxitos y una reputación sólida en el mercado poseen la capacidad de inspirar una confianza mayor en los consumidores, en comparación con aquellas que son relativamente nuevas en el ámbito. Sin embargo, resulta crucial ponderar también otros factores, como la adaptación a las tecnologías más recientes y las soluciones que mejor se amolden a las necesidades concretas del proyecto en consideración.

4.4. TEST DE CONCEPTO

Teniendo en cuenta toda esta información, el objetivo principal de este Proyecto de es facilitar a los desarrolladores de aplicaciones y servicios web en entornos Linux la toma de decisiones al elegir un proveedor de servicios en la nube. Para lograrlo, se desarrolla una aplicación en la que, al ingresar las necesidades de recursos del proyecto que se está llevando a cabo y que, por lo tanto, se va a migrar a la nube, se busca la solución que mejor se adapte a cada proveedor (basada en los principales servicios que ofrecen en términos de cómputo, almacenamiento y bases de datos) y calculando el costo de cada una de las opciones.

Test de Concepto para el Plan de Marketing de "PostyHosty"

Como emprendedores queremos compartir contigo nuestros servicios y necesitamos tu opinión y sugerencias para lanzar la empresa al mercado. Se trata de una empresa que ofrece soluciones de alojamiento web en la nube con seguridad, adaptabilidad y rendimiento. Ofrecemos variedad de servicios desde alojamiento compartido hasta servidores dedicados, con especialización en el hospedaje de sitios web en WordPress.

Preguntas:

1. ¿Te parecen interesantes estas soluciones seguras y fiables de alojamiento web?
2. ¿Consideras que el precio de 8,99€/mes para alojar tu página web en un servidor compartido es interesante?
3. ¿Qué características de estos servicios de alojamiento consideras más interesantes?
4. ¿Cuál crees que sería el canal de comercialización más interesante para que tu empresa conozca nuestros servicios?
5. ¿Consideras que la colaboración con otras empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones que tienen tiendas físicas sería interesante para comercializar nuestros servicios?
6. ¿Con que empresa nos recomiendas colaborar?
7. Por favor, haznos cualquier recomendación que consideres de interés para ti

Muchas gracias por tu colaboración.

URL del formulario: <https://forms.gle/9aWMt5qyprZPc7nX7>

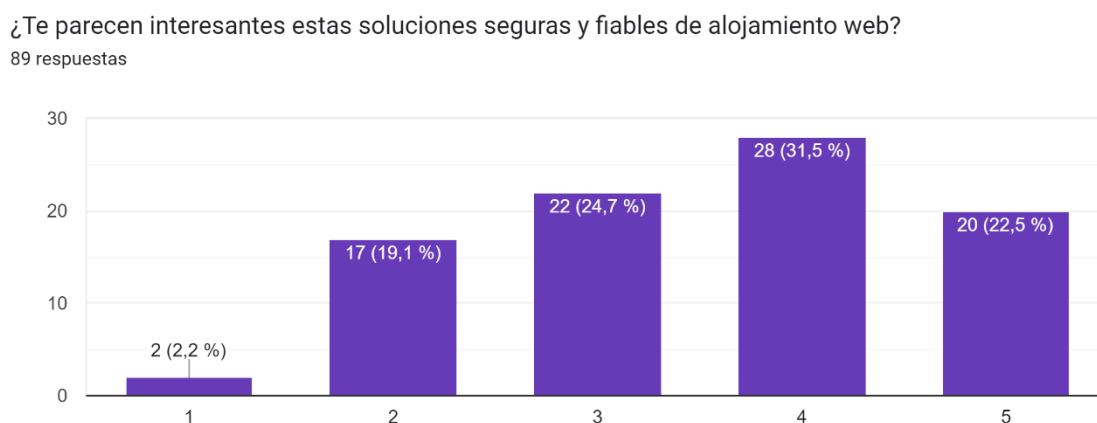
4.5. RESULTADOS DEL TEST DE CONCEPTO

4.5.1.PREGUNTA 1

En virtud de los resultados obtenidos tras la encuesta realizada (Ilustración 5), es evidente que las soluciones seguras y fiables de alojamiento web han generado un grado considerable de interés y aprobación entre los participantes. De manera significativa, únicamente un 20% de los encuestados expresaron una opinión desfavorable sobre el producto, mientras que aproximadamente el 50% manifestaron su acuerdo en torno a su idoneidad.

Estos hallazgos respaldan la percepción general de que existe un claro interés en las soluciones de alojamiento web seguras y fiables en el mercado actual. Además, demuestran que una mayoría significativa de los encuestados encuentra estas propuestas como una opción viable y prometedora para satisfacer sus necesidades de alojamiento web.

Ilustración 5 - Gráfico de resultados de la pregunta 1



Fuente: Elaboración Propia (2023).

4.5.2.PREGUNTA 2

Basándonos en los resultados obtenidos de la encuesta (Ilustración 6), se desprende que el precio de 8,99€/mes para alojar una página web en un servidor compartido es percibido de manera mayoritariamente favorable entre los participantes. Solamente un 2% de los encuestados no consideran atractiva esta tarifa, mientras que el 30% muestra una posición neutral al respecto. Por otro lado, un significativo

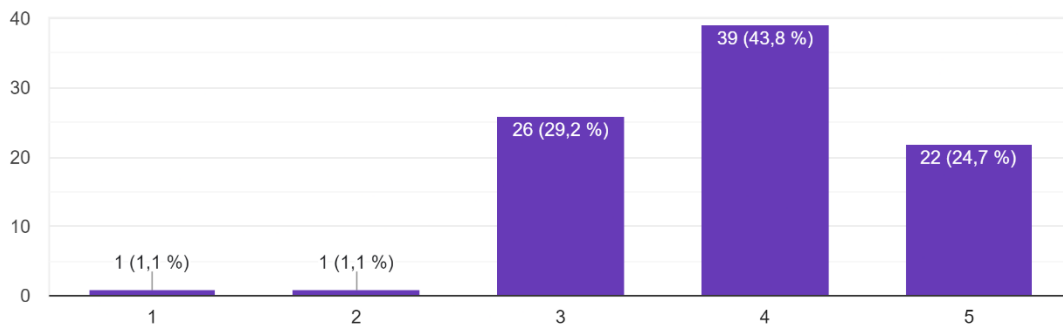
68% de los encuestados expresan una percepción positiva, considerando el precio como adecuado o incluso muy atractivo.

Estos datos indican una inclinación clara hacia la aceptación del precio propuesto. La marcada preferencia por esta tarifa sugiere que la oferta de alojamiento web a 8,99€/mes en un servidor compartido puede ser considerada como competitiva y atractiva para la mayoría de los encuestados.

Ilustración 6 - Gráfico de resultados de la pregunta 2

¿Consideras que el precio de 8,99€/mes para alojar tu página web en un servidor compartido es interesante?

89 respuestas



Fuente: Elaboración Propia (2023).

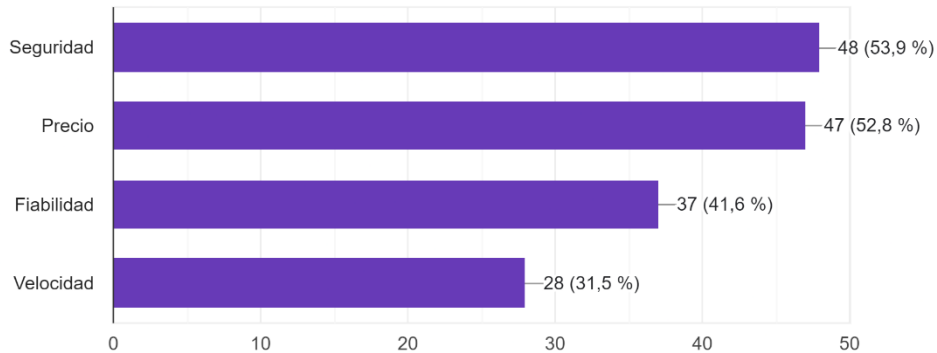
4.5.3.PREGUNTA 3

En relación a las características que los encuestados consideran más atractivas en los servicios de alojamiento web (Ilustración 7), se destaca que un 54% de los participantes valoran la seguridad como un aspecto de alta importancia. Asimismo, el precio es un factor significativo, con un 53% de los encuestados considerándolo como una característica relevante. La fiabilidad, con un 41%, y la velocidad, con un 32%, también fueron identificadas como características de interés por parte de los participantes.

Estos resultados indican que la seguridad y el precio son aspectos particularmente destacados en la mente de los encuestados al evaluar los servicios de alojamiento web. La percepción positiva de estas características podría influir en la elección de un servicio de alojamiento web en el futuro.

Ilustración 7 - Gráfico de resultados de la pregunta 3

¿Qué características de estos servicios de alojamiento consideras más interesantes?
89 respuestas



Fuente: Elaboración Propia (2023).

4.5.4. PREGUNTA 4

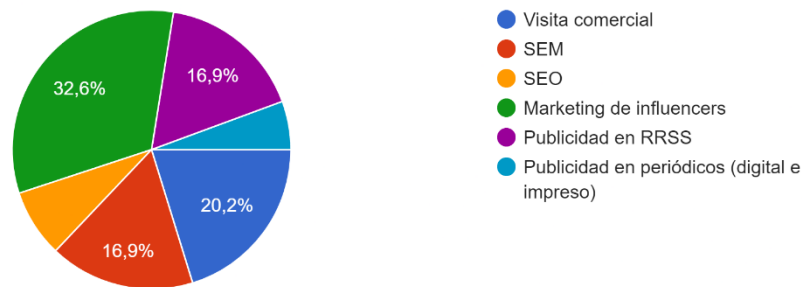
En cuanto al canal de comercialización que los encuestados consideran más atractivo para dar a conocer los servicios de nuestra empresa (Ilustración 8), se observa una distribución diversa de preferencias. Un 32% de los participantes se inclina por el marketing de influencers como la opción más interesante. Le sigue la visita comercial con un 20% de preferencia, mientras que la publicidad en redes sociales y las estrategias de marketing en buscadores (SEM) obtienen un respaldo del 17% cada una. Por otro lado, el SEO es elegido por un 8% de los encuestados, y la publicidad en periódicos (ya sea en formato digital o impreso) es la opción menos preferida, con un 6%.

Estos resultados ilustran la diversidad de canales de comercialización que podrían ser considerados para promocionar los servicios de nuestra empresa. La prominencia del marketing de influencers sugiere que la colaboración con personas influyentes en el sector podría ser una estrategia efectiva para generar interés en nuestros servicios.

Ilustración 8 - Gráfico de resultados de la pregunta 4

¿Cuál crees que sería el canal de comercialización más interesante para que tu empresa conozca nuestros servicios?

89 respuestas



Fuente: Elaboración Propia (2023).

4.5.5. PREGUNTA 5 Y 6

En relación a la viabilidad de establecer colaboraciones con otras empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones que cuentan con tiendas físicas como estrategia para la comercialización de nuestros servicios, los resultados revelan una tendencia mayoritaria hacia la negativa. Concretamente, un 69% de los encuestados se muestra en desacuerdo con esta propuesta, mientras que el 31% restante la considera como una opción interesante.

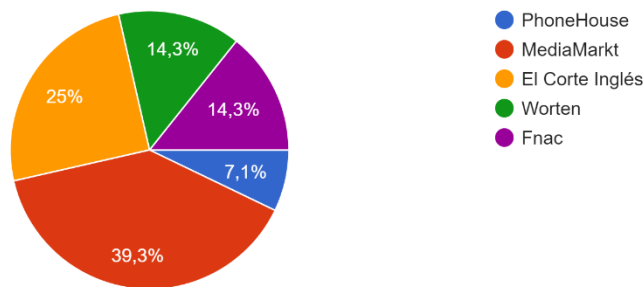
Entre los encuestados que se muestran a favor de la colaboración, se observa una distribución de preferencias en cuanto a la empresa recomendada para llevar a cabo dicha colaboración. El 40% de los participantes sugiere una asociación con MediaMarkt, seguido por el 25% que menciona El Corte Inglés, el 14% que señala Worten, otro 14% que propone Fnac, y el 7% que menciona PhoneHouse.

Estos resultados indican que, aunque la mayoría de los encuestados no consideran la colaboración con empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones como una estrategia atractiva, aquellos que lo hacen tienden a favorecer una asociación con MediaMarkt como la opción más recomendada.

Ilustración 9 - Gráfico de resultados de las preguntas 5 y 6

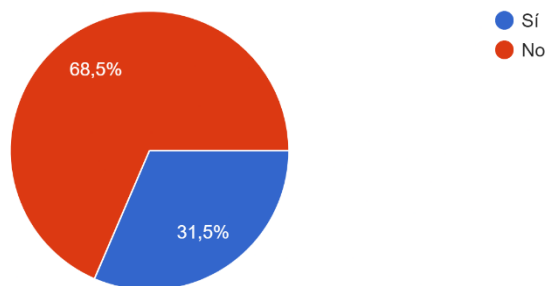
¿Con que empresa nos recomiendas colaborar?

28 respuestas



¿Consideras que la colaboración con otras empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones que tienen tiendas físicas sería interesante para comercializar nuestros servicios?

89 respuestas



Fuente: Elaboración Propia (2023).

4.5.6.PREGUNTA 7

Hemos recibido un total de 26 recomendaciones (Ilustración 10). Estas sugerencias se han categorizado de diversas maneras para poder detectar guías de comportamiento y tendencias.

Ilustración 10 - Gráfico de resultados de la pregunta 7



Fuente: Elaboración Propia (2023).

El grupo más destacado, que comprende un 38% de las sugerencias obtenidas, correspondió a aquellas que proponían un periodo de prueba para los servicios que proporcionamos. Lo que evidencia un considerable interés por parte de los participantes para poder probar nuestros servicios antes de realizar su compromiso total.

Por otro lado, un 25% de las respuestas recibidas hacían hincapié en solicitar descuentos o promociones en la adquisición de nuestros servicios. De manera paralela, otro 25% mostraba interés en la posibilidad de convertirse en afiliados o colaboradores, indicando así un deseo de colaborar y de involucrarse con el proyecto.

Por último, hubo un 6% de respuestas sin relevancia y una proporción similar de las mismas se encaminaba hacia preguntas particulares sobre el servicio específico. Esto nos lleva a concluir que hay una necesidad suministrar información adicional.

5. PROPUESTA DE EMPRESA

La propuesta de "PostyHosty" en el ámbito de la tecnología y el alojamiento web en la nube se distingue como una oferta singular y prometedora en el mercado actual. Con un enfoque estratégico y una visión centrada en las necesidades cambiantes de los usuarios digitales, la empresa se presentará como una solución integral para aquellos que buscan un alojamiento web de alto rendimiento y servicios tecnológicos avanzados. A través de una combinación de especialización en la plataforma WordPress, atención al cliente excepcional y un compromiso con la innovación, "PostyHosty" buscará no solo satisfacer, sino superar las expectativas de sus clientes en un entorno digital en constante evolución.

5.1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

En un entorno empresarial cada vez más orientado hacia la digitalización, la demanda de soluciones tecnológicas escalables y flexibles está experimentando un crecimiento sostenido. En este contexto, emerge una oportunidad de negocio de considerable relevancia: la creación y gestión de una empresa especializada en la prestación de servicios de microservicios en la nube con ejecución bajo demanda. Esta entidad se enfocaría en establecer una plataforma de alojamiento y servicios informáticos altamente eficiente y adaptable, diseñada para atender de manera óptima las cambiantes necesidades de las empresas y desarrolladores que buscan soluciones de alojamiento en la nube de vanguardia.

5.2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Tabla 7 - Descripción de Servicios

Tipo de Servicio	Precio (en euros)	Ejemplos de Planes
Alojamiento Compartido		
Básico	8.99€/mes	- Espacio de almacenamiento: 10 GB

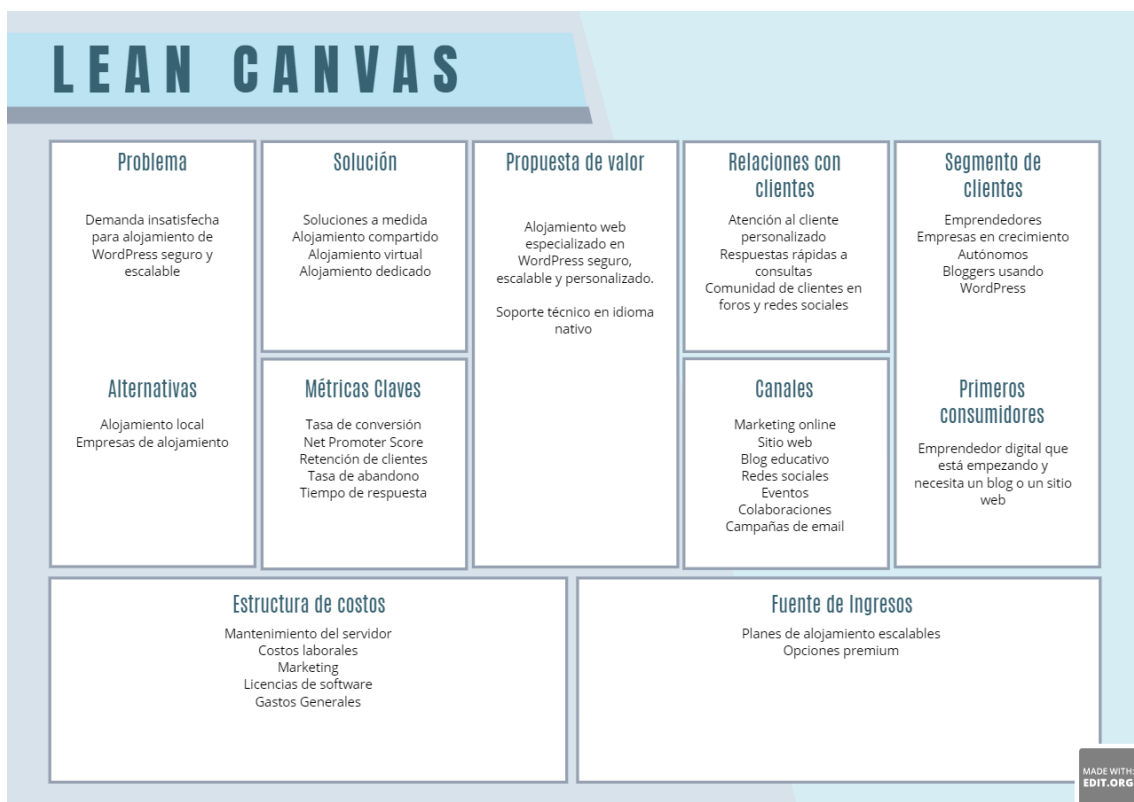
		- Ancho de banda: ilimitado
Premium	17.99€/mes	- Espacio de almacenamiento: 50 GB - Ancho de banda: ilimitado
Servidores Virtuales (VPS)		
Estándar	35.99€/mes	- RAM: 4 GB - Almacenamiento SSD: 100 GB
Avanzado	71.99€/mes	- RAM: 8 GB - Almacenamiento SSD: 250 GB
Servidores Dedicados		
Básico	119.99€/mes	- Procesador: Intel Xeon 4 núcleos - RAM: 16 GB
Premium	183.99€/mes	- Procesador: Intel Xeon 8 núcleos - RAM: 32 GB

Fuente: Elaboración Propia (2023).

5.3. MODELO LEAN CANVAS

El modelo Lean Canvas es una herramienta estratégica diseñada para emprendedores y equipos de startups con el objetivo de desarrollar y validar modelos de negocio de manera rápida y efectiva. Concebido por Ash Maurya como una adaptación del Business Model Canvas de Alexander Osterwalder, el Lean Canvas se enfoca en la simplicidad y la agilidad. Este lienzo proporciona un marco estructurado que condensa las principales áreas de un modelo de negocio, incluyendo segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. Al centrarse en la esencia del negocio, el Lean Canvas facilita la identificación de suposiciones clave que deben ser validadas a través de experimentos y la iteración constante, promoviendo así un enfoque más eficiente y adaptable para la innovación empresarial.

Ilustración 11 - Lean Canvas



Fuente: Elaboración Propia (2023).

Problema: La creciente demanda de alto rendimiento, seguridad y escalabilidad en el alojamiento web para sitios basados en WordPress esta insatisfecha, causando deficiencias en la funcionalidad y la calidad del servicio.

Segmentos de Clientes: Los segmentos clave de clientes se centran en propietarios de sitios web en WordPress que buscan soluciones especializadas, así como emprendedores y empresas en crecimiento que valoran la seguridad y el rendimiento para sus proyectos digitales. También se atraen a usuarios que desean

una experiencia de alojamiento que garantice un rendimiento óptimo y una seguridad robusta. Se puede definir consumidor ideal a un emprendedor digital que está empezando y necesita un blog o un sitio web

Propuesta de Valor: La propuesta de valor de "PostyHosty" se basará en la oferta de un alojamiento web en la nube altamente especializado y orientado específicamente a la plataforma WordPress. Además de brindar un entorno seguro y de alto rendimiento, se destacan las opciones de escalabilidad para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. Ofrecerá una asistencia en idioma nativo que busca ayudar a los clientes y mantener una satisfacción alta con el servicio.

Solución: "PostyHosty" proporcionará una amplia gama de soluciones de alojamiento web, incluyendo alojamiento compartido, servidores virtuales y dedicados, todos adaptados para plataformas WordPress. Además, se ofrecerán opciones de escalabilidad que permitan a los usuarios ajustar su alojamiento según sus necesidades. Un punto adicional, es que el soporte en varios idiomas garantizará una experiencia de usuario fluida y eficiente.

Canales: La distribución y el alcance de "PostyHosty" se realizarán a través de varios canales. Incluyendo el despliegue de marketing orgánico y de pago en línea orientado a la segmentación de clientes, utilizando el sitio web, blog educativo, redes sociales, eventos de la industria, colaboraciones de contenido y campañas de email marketing segmentadas.

Relaciones con Clientes: Las relaciones con los clientes se establecerán sobre la base de la atención personalizada y la creación de una comunidad comprometida. "PostyHosty" se enfocará en responder rápidamente a las consultas y brindar asistencia técnica eficiente, contribuyendo así a una experiencia de usuario excepcional.

Fuentes de Ingresos: La generación de ingresos provendrá de una variedad de planes de alojamiento web diseñados para satisfacer diversas necesidades. Por ello, las opciones premium y personalizadas agregan capas adicionales de valor para los clientes dispuestos a invertir en una solución de alojamiento robusta y adaptable.

Estructura de Costos: Costos directos de servidores (actualización y mantenimiento), costos laborales (atención al cliente y técnicos), costos de publicidad y marketing, costos de licencias de software y gastos generales para la gestión del negocio.

Métricas Clave: Las métricas clave, incluyen la tasa de conversión de usuarios interesados en sus servicios, la evaluación del Net Promoter Score (NPS) que mide la satisfacción del cliente, así como la retención de clientes y la tasa de abandono, lo que permite evaluar la eficacia de la oferta y la experiencia del cliente.

5.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

Misión:

La misión de "PostyHosty" es capacitar a individuos y empresas para triunfar en el mundo digital, brindando soluciones de alojamiento web de última generación. Nos esforzamos por ser el socio confiable que permita a nuestros clientes construir y expandir sus presencias en línea con seguridad y rendimiento excepcionales.

Visión:

En "PostyHosty", aspiramos a crear un ecosistema donde la innovación tecnológica y la excelencia se combinen para establecer un nuevo estándar en el alojamiento web. Visualizamos un futuro en el que nuestra dedicación a la seguridad, el rendimiento y la personalización proporcione a nuestros clientes una plataforma confiable para lograr sus objetivos digitales con total confianza.

Valores:

- **Innovación:** Abrazamos la innovación constante, desafiando los límites convencionales del alojamiento web para ofrecer soluciones vanguardistas que impulsen a nuestros clientes hacia el éxito digital.
- **Compromiso con el Cliente:** Nuestro compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente nos impulsa a brindar un servicio excepcional, respondiendo a sus necesidades con agilidad y dedicación.
- **Colaboración:** Creemos en la colaboración y el trabajo en equipo como motores para la excelencia. Fomentamos la interacción y el intercambio de ideas tanto internamente como con nuestros clientes.
- **Transparencia:** Operamos con transparencia y honestidad en todas nuestras interacciones. Comunicamos claramente nuestras capacidades y compromisos para establecer relaciones de confianza con nuestros clientes y socios.

¡Esta es nuestra base, nuestra guía y nuestra promesa para proporcionar un alojamiento web excepcional que no solo cumpla con las expectativas, sino que las supere con creces!

5.5. ANÁLISIS INTERNO

Tabla 8 – DAFO / CAME

DAFO	CAME
------	------

Debilidades	Corregir
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratar a desarrolladores con experiencia en la implementación y despliegue de microservicios en la nube y en la utilización de AWS. ▪ Realizar un estudio detallado de las necesidades de la empresa y diseñar una estrategia de migración clara y bien definida. ▪ Establecer un plan de formación interno para el equipo de desarrolladores en la utilización de AWS y la implementación de microservicios en la nube. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar un proceso de selección más exhaustivo para identificar y contratar candidatos con experiencia específica en microservicios y AWS. ▪ Invertir más tiempo y recursos en la planificación y análisis antes de la migración, involucrando a expertos en la materia y consultores si es necesario para asegurar una estrategia sólida. ▪ Mejorar y expandir el plan de formación interna, incluyendo cursos y recursos adicionales para asegurarse de que el equipo adquiera las habilidades necesarias de manera efectiva.
Amenazas	Afrontar
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amenaza de la competencia: Otros proveedores de servicios en la nube podrían ofrecer soluciones similares a un precio más bajo. ▪ Amenaza de cambios en las tecnologías de la nube: Las tecnologías de la nube están en constante evolución y pueden cambiar rápidamente. ▪ Amenaza de fallos en la infraestructura de la nube: Los fallos en la infraestructura de la nube pueden afectar negativamente a la 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amenaza de la competencia: En lugar de ofrecer precios competitivos, se puede destacar la calidad y la eficiencia de nuestros servicios en la nube y cómo pueden beneficiar a los clientes. También se pueden ofrecer paquetes y promociones exclusivas a nuestros clientes para diferenciarnos de la competencia. ▪ Amenaza de cambios en las tecnologías de la nube: Para afrontar esta amenaza, se pueden mantener actualizados en las últimas tendencias y tecnologías y estar preparados para adaptarse a ellas. También,

<p>disponibilidad y rendimiento de los servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Amenaza de cambios en las necesidades de los clientes: Los clientes pueden cambiar sus necesidades y requerimientos en cuanto a la implementación y uso de servicios en la nube. 	<p>se puede invertir en la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y soluciones en la nube que puedan anticipar y superar los cambios en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Amenaza de fallos en la infraestructura de la nube: Para afrontar esta amenaza, se pueden implementar medidas de redundancia y seguridad para minimizar el riesgo de fallos y garantizar una alta disponibilidad. También, se puede invertir en la mejora de la infraestructura de la nube para garantizar una alta disponibilidad y rendimiento en todo momento. ▪ Amenaza de cambios en las necesidades de los clientes: Para afrontar esta amenaza, se pueden establecer canales de comunicación abiertos con los clientes para recibir y responder a sus necesidades de manera rápida y eficiente y se pueden desarrollar herramientas y sistemas que permitan a los clientes personalizar y modificar sus servicios en la nube de acuerdo con sus necesidades cambiantes.
<p>Fortalezas</p>	<p>Mantener</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los microservicios son un enfoque de diseño de aplicaciones altamente escalable y flexible que permite una mejor utilización de los recursos informáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La empresa debe mantener una buena relación con AWS para asegurarse de obtener el mejor rendimiento y los mejores precios por el uso de sus servicios.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ AWS es una plataforma de computación en la nube altamente confiable y escalable que ofrece una amplia gama de servicios y herramientas para implementar y desplegar aplicaciones en la nube. ▪ La ejecución bajo demanda permite a la empresa pagar solo por el uso de los recursos informáticos que necesita, lo que puede reducir significativamente los costos de operación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La empresa debe mantener un equipo de desarrolladores altamente capacitados y experimentados en la implementación y el despliegue de microservicios en la nube. ▪ La empresa debe mantener un enfoque en la innovación y la mejora continua de sus servicios de microservicios en la nube para mantenerse a la vanguardia en el mercado.
Oportunidades	Explotar
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Puede haber una oportunidad de ofrecer servicios de consultoría y asesoramiento en la migración a microservicios. ▪ Puede haber una oportunidad de ofrecer servicios de mantenimiento y soporte a empresas que hayan migrado a microservicios 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Una posible estrategia para explotar las oportunidades identificadas podría ser ofrecer servicios de consultoría y asesoramiento en la migración a microservicios, así como servicios de mantenimiento y soporte a empresas que hayan realizado la migración. ▪ También podría ser conveniente enfocar la estrategia de marketing en segmentos de mercado con una alta demanda de servicios de migración a microservicios, como por ejemplo empresas de tecnología o start-ups. ▪ Otra posible estrategia podría ser ofrecer paquetes de migración a microservicios a precios competitivos para atraer a

	nuevos clientes y expandir la base de clientes.
--	---

Fuente: Elaboración Propia (2023).

6. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN

El análisis de la organización desempeña un papel fundamental al proporcionar una visión holística de los cimientos, operaciones y recursos humanos de "PostyHosty". Este acápite detallado permitirá comprender de manera integral cómo la empresa está estructurada, opera y aprovecha su capital humano para ofrecer soluciones de alojamiento web en la nube. Al explorar estos aspectos clave, se adquiere una comprensión más profunda de la forma en que está posicionada para alcanzar sus objetivos y satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

6.1. FORMA JURÍDICA Y FISCAL

La Tabla 9 presenta diferentes formas jurídicas para la constitución de empresas, destacando las ventajas y desventajas de cada opción. En este contexto, la Sociedad Limitada (SL) se distingue por su limitación de responsabilidad, flexibilidad en la estructura, control activo y facilidad de trámites. No obstante, la SL implica la necesidad de capital y está sujeta a trámites y regulaciones. Además, existe responsabilidad solidaria. Con un número mínimo de socios, la SL se posiciona como una elección que ofrece beneficios en términos de protección legal y estructura adaptable.

Tabla 9 - Comparación de diferentes formas jurídicas

Forma Jurídica	Ventajas	Desventajas	Nº de Socios
Sociedad Limitada (SL)	<ul style="list-style-type: none"> • Limitación de Responsabilidad • Flexibilidad en Estructura • Control Activo • Facilidad de Trámites 	<ul style="list-style-type: none"> • Capital Requerido • Trámites y Regulaciones • Responsabilidad Solidaria 	1 o más socios
Sociedad Anónima (SA)	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Financiamiento • Responsabilidad Limitada • Estructura Formal • Imagen Corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones Estrictas • Costos Iniciales • Pérdida de Control 	1 o más accionistas
Empresario Individual	<ul style="list-style-type: none"> • Control Total • Simplicidad en Trámites • Independencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad Ilimitada • Limitaciones de Crecimiento • Falta de Colaboración 	1 (autónomo)

Comunidad de Bienes	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de Constitución • Responsabilidad Compartida • Distribución de Cargas 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad Solidaria • Falta de Continuidad • Gestión Colectiva 	2 o más colectivos
---------------------	---	--	--------------------

Fuente: Elaboración Propia (2023).

6.2. DENOMINACIÓN SOCIAL

Denominación Social: PostyTech Solutions S.L.

Esta denominación combina el nombre de la empresa ("PostyHosty") con el término "Tech Solutions", lo que refuerza la naturaleza tecnológica de la empresa. La abreviatura "S.L." indica su forma jurídica como Sociedad Limitada.

Ilustración 12 - Logo



Fuente: Elaboración Propia (2023).

6.3. RECURSOS HUMANOS Y ORGANIGRAMA

Organigrama:

1. **Director Ejecutivo (CEO):** Responsable de la dirección estratégica de la empresa y la toma de decisiones clave. Supervisa la operación general y asegura el correcto funcionamiento del resto de equipos.
2. **Equipo de Marketing:**
 - **Director de Marketing:** Lidera el equipo de marketing y coordina las estrategias para promocionar y posicionar los servicios de PostyHosty.

- **Especialistas en Marketing Digital:** Responsables de las campañas en línea, publicidad digital, SEO y redes sociales para aumentar la visibilidad de la empresa.
- **Especialista en Contenido:** Encargado de crear contenido valioso y relevante para atraer y retener a la audiencia objetivo.

3. Equipo de Desarrollo Técnico:

- **Director de Tecnología:** Supervisa el desarrollo técnico de las soluciones de alojamiento web y garantiza la innovación constante.
- **Desarrolladores Front-end y Back-end:** Trabajan en el desarrollo y mejora de la plataforma y las soluciones tecnológicas.

4. Equipo de Atención al Cliente:

- **Gerente de Atención al Cliente:** Responsable de garantizar la satisfacción del cliente y la resolución de consultas y problemas.
- **Especialistas en Soporte Técnico:** Brindan asistencia técnica y soluciones a los clientes, asegurando una experiencia positiva.

5. Equipo Administrativo y Financiero:

- **Director Administrativo y Financiero:** Supervisa las operaciones financieras y administrativas de la empresa.
- **Especialistas en Finanzas:** Gestionan la contabilidad, presupuestos y análisis financiero.

6. Equipo de Recursos Humanos (RRHH):

- **Director de Recursos Humanos:** Encargado de la gestión y desarrollo del personal de la empresa, incluyendo la contratación, capacitación y gestión del talento.
- **Especialistas en Recursos Humanos:** Apoyan en la administración de recursos humanos, la gestión de nóminas y beneficios, y la promoción de un entorno de trabajo saludable.

6.4. RECURSOS TECNOLÓGICOS

En "PostyHosty", la infraestructura tecnológica desempeñará un papel fundamental en el respaldo de sus operaciones y servicios de alojamiento web en la nube. Los recursos tecnológicos que se implementarán serán rigurosamente seleccionados y configurados con el propósito de garantizar un rendimiento óptimo, una seguridad sólida y una capacidad de adaptación ágil en respuesta a las cambiantes exigencias del mercado. Entre los que se destacan:

- **Infraestructura de Servidores y Almacenamiento en la Nube:** La empresa hará uso de servidores de alta gama y soluciones líderes en almacenamiento en la nube. Esta infraestructura le permitirá proporcionar una combinación efectiva de velocidad, disponibilidad y escalabilidad a los clientes.
- **Virtualización Eficiente:** Se adoptarán enfoques avanzados de virtualización para orquestar ambientes aislados y altamente eficientes en los servidores. Esta estrategia brindará a los clientes una sensación de recursos dedicados.
- **Enfoque en la Seguridad:** La seguridad de los sistemas será una prioridad esencial. La empresa implementará medidas sólidas de seguridad, incluyendo firewalls, detección de intrusiones, prácticas de cifrado para salvaguardar la confidencialidad y la integridad de los datos.
- **Supervisión Continua:** Mediante el uso de herramientas de monitoreo en tiempo real, "PostyHosty" realizará un seguimiento constante del rendimiento de los servidores y la disponibilidad de los sitios web. Esto facilita la detección temprana y la resolución eficiente de cualquier anomalía.
- **Sistemas de Gestión Integrados:** Se implementarán sistemas de gestión integrales que otorguen a los clientes la capacidad de administrar sus recursos de manera efectiva. Estos sistemas cubren desde la administración de sitios web hasta la gestión de bases de datos y otros activos digitales.
- **Soporte Tecnológico a través de Canales Especializados:** La empresa brindará acceso a soporte técnico a través de plataformas especializadas, incluyendo sistemas de tickets y chat en línea, para resolver consultas y desafíos técnicos de manera ágil.
- **Estrategias de Respaldo:** Se establecerán estrategias de respaldo automáticas y programadas para preservar la integridad de los datos. Esto garantizará la disponibilidad de información y la recuperación de datos en situaciones imprevistas.
- **Optimización para Mejora de Experiencia:** "PostyHosty" incorporará herramientas avanzadas de optimización que mejoren el rendimiento de los sitios web y agilicen la navegación, con el objetivo de brindar una experiencia superior a los clientes.

La inversión constante en recursos tecnológicos de vanguardia reflejará el firme compromiso de "PostyHosty" con la excelencia operativa y la provisión de servicios de alojamiento web en la nube confiables, seguros y altamente eficientes. De esta manera, la empresa mantendrá una actitud de innovación constante para asegurarse de mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias y avances tecnológicos.

6.5. RECURSOS MATERIALES

Estos elementos tangibles serán esenciales para la prestación de soluciones confiables y eficientes a los clientes. Por ello, es necesario destacar algunos de los recursos materiales clave que se emplearán por la organización:

1. **Dispositivos de Red:** Se utilizarán dispositivos de red de alta calidad, como enrutadores, conmutadores y firewalls, para asegurar una conectividad sólida y segura. Estos elementos son esenciales para mantener la integridad y seguridad de la red.
2. **Equipos de Atención y Soporte:** Los equipos de atención al cliente y soporte técnico estarán equipados con herramientas eficientes para proporcionar asistencia ágil y efectiva. Esto incluye sistemas de tickets, software de comunicación y herramientas de diagnóstico.
3. **Equipos de Seguridad:** Se implementarán sistemas de seguridad física en las oficinas, como cámaras de vigilancia y controles de acceso, para salvaguardar los recursos materiales y garantizar la integridad de los servicios.
4. **Estaciones de Trabajo:** Los equipos de desarrollo, soporte y administración utilizarán estaciones de trabajo equipadas con las herramientas necesarias para llevar a cabo sus funciones de manera eficiente.

Estos recursos materiales respaldarán las operaciones cotidianas y la provisión de servicios de calidad a los clientes. De esta manera, la organización mantiene un enfoque en la inversión y actualización constante de estos recursos con el propósito de asegurar la excelencia en la entrega de soluciones de alojamiento web en la nube.

6.6. IMPLICACIÓN EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La adhesión a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se configura como un imperativo ineludible y de alto calado para las empresas contemporáneas. En el contexto de "PostyHosty", la progresiva innovación tecnológica que impulsa sus operaciones se alinea de manera inherente con varios de los ODS formulados por las

Naciones Unidas. Uno de los ODS que adquiere especial relevancia en relación a la actividad de la compañía es el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 9: "*Industria, Innovación e Infraestructura*". En este sentido, se destaca cómo "PostyHosty" puede efectuar una contribución positiva y constructiva hacia este objetivo:

Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructura

La consigna "Promover infraestructuras sólidas, propiciar la industrialización equitativa y sostenible, y fomentar la innovación" establece el marco del ODS 9. En el caso de "PostyHosty", la innegable orientación hacia la innovación tecnológica y la constante mejora de sus prestaciones en alojamiento web en la nube se conecta de manera directa con la finalidad de este objetivo de desarrollo sostenible.

- **Motor de Innovación Tecnológica:** En su esencia, "PostyHosty" es un catalizador de la innovación tecnológica. Su empeño en brindar soluciones tecnológicamente avanzadas y su permanente búsqueda de la vanguardia se encuentran en perfecta consonancia con el propósito de fomentar la innovación como factor propulsor del crecimiento económico y el progreso sostenible.
- **Difusión del Acceso Tecnológico:** Al proveer servicios de alojamiento web en la nube, "PostyHosty" posibilita la democratización del acceso tecnológico. Su oferta se extiende a emprendedores, pequeñas empresas y particulares, contribuyendo de esta manera al ideal de brindar un acceso igualitario a las tecnologías de la información y la comunicación.
- **Generación de Oportunidades Laborales:** La ampliación de los servicios y la permanente innovación de "PostyHosty" pueden generar oportunidades laborales en el ámbito tecnológico y áreas afines. Esta acción se alinea con el objetivo de fomentar una industrialización inclusiva y sostenible, impulsando oportunidades de desarrollo económico.
- **Construcción de Resiliencia Mediante Flexibilidad:** Los servicios de alojamiento web en la nube de "PostyHosty" proporcionan una infraestructura adaptable y escalable. Esta cualidad puede contribuir a que las empresas se adapten con celeridad a las variaciones del mercado y edifiquen una infraestructura capaz de afrontar retos cambiantes.

7. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing traza la hoja de ruta estratégica que guiará a "PostyHosty" en su esfuerzo por posicionarse en el mercado y alcanzar sus objetivos comerciales. Este plan detallado aborda de manera sistemática las estrategias y tácticas que la empresa implementará para promover sus servicios de alojamiento web en la nube, crear conciencia en la audiencia objetivo y generar un impacto significativo. Al establecer una sólida base de marketing, se prepara para captar la atención del mercado, destacar sus propuestas de valor y establecer conexiones sólidas con los clientes, lo que será fundamental para su éxito en el entorno tecnológico competitivo y en constante evolución.

7.1. EL MERCADO

El mercado público objetivo de "PostyHosty" abarca una diversidad de segmentos que buscan soluciones de alojamiento web en la nube de alto rendimiento y seguridad.

Mercado Empresarial:

Este segmento incluye empresas de diferentes tamaños y sectores que buscan soluciones tecnológicas avanzadas para respaldar sus operaciones en línea. Se enfoca en empresas que requieren un alojamiento web en la nube confiable, escalable y seguro para mantener una presencia digital sólida (Tabla 10)

Tabla 10 - Definición del Mercado

Tipo de Empresa	Definición
Pequeñas Empresas	Empresas con un número limitado de empleados y recursos, que buscan soluciones de alojamiento web eficientes y asequibles.
Emprendedores	Individuos que están lanzando nuevos proyectos o start-ups y requieren alojamiento web confiable y escalable para sus negocios.
Medianas Empresas	Empresas en crecimiento con una mayor demanda de recursos y capacidades de alojamiento web para respaldar su expansión.

Grandes Empresas	Corporaciones de mayor envergadura que necesitan soluciones de alojamiento web en la nube robustas y altamente personalizadas.
Profesionales Creativos	Individuos en campos creativos como diseño, arte o contenido, que buscan alojamiento web para mostrar su trabajo en línea.

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Mercado Particular:

Este segmento de público objetivo engloba a individuos y profesionales autónomos que tienen como objetivo adquirir servicios de alojamiento web en la nube para sus plataformas personales, blogs y proyectos en línea. Estos usuarios atribuyen un alto valor a la simplicidad de uso, el rendimiento efectivo y la robustez en materia de seguridad, todo ello con el propósito de garantizar una experiencia en línea óptima. Entre las cohortes que destacan en este contexto se encuentran las generaciones X, Y y Z, las cuales constituyen una parte significativa de este público y comparten estas prioridades en común.

7.2. OBJETIVOS COMERCIALES

La presente tabla tiene como objetivo analizar y evaluar los objetivos comerciales propuestos en tres contextos distintos: pesimista, realista y optimista. Al contemplar estos escenarios, buscamos proporcionar una visión completa que permita tomar decisiones informadas y estratégicas en un entorno caracterizado por la incertidumbre.

Tabla 11 - Objetivos Comerciales

Objetivos Comerciales	Escenario Pesimista	Escenario Realista	Escenario Optimista
Incrementar la cuota de mercado	5%	10%	15%
Aumentar los ingresos anuales	8%	15%	25%
Mejorar la satisfacción del cliente	75%	85%	95%
Ampliar la cartera de clientes	10%	20%	30%

Expandir la presencia en línea	2 canales nuevos	4 canales nuevos	6 canales nuevos
---------------------------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Estos objetivos comerciales reflejan las metas delineadas por "PostyHosty" en diversos escenarios posibles, considerando perspectivas pesimistas, realistas y optimistas. Mediante un enfoque estratégico y adaptable, la empresa se esfuerza por alcanzar sus objetivos en el sector del alojamiento web en la nube, preservando una visión pragmática pero ambiciosa para impulsar su crecimiento y alcanzar el éxito en el futuro.

7.3. ESTRATEGIAS COMERCIALES

La Matriz Ansoff proporciona un marco analítico para evaluar y seleccionar las estrategias de crecimiento disponibles para una organización. Se organiza en cuatro cuadrantes, cada uno representando una combinación de productos y mercados, y ofrece a las empresas diferentes enfoques para expandirse y diversificarse. Los cuadrantes incluyen estrategias como la penetración de mercado, el desarrollo de productos, el desarrollo de mercado y la diversificación, cada una diseñada para abordar distintos niveles de riesgo y oportunidad.

Ilustración 13 - Matriz ANSOFF

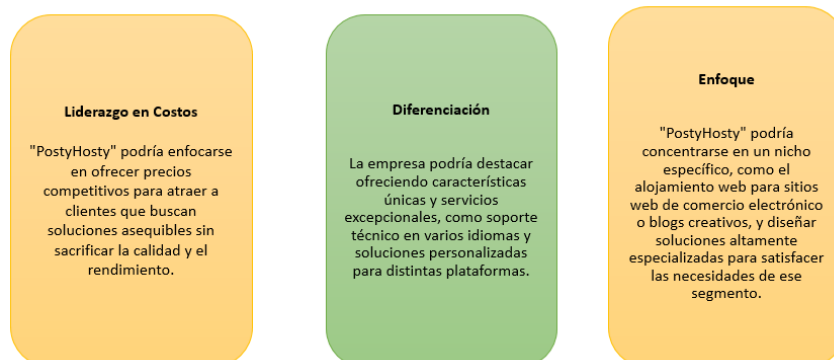


Fuente: Elaboración Propia (2023).

El modelo de estrategias competitivas de Porter, desarrollado por el profesor Michael Porter busca analizar y mejorar la posición competitiva de una empresa en su industria. Este modelo propone tres estrategias genéricas que "PostyHosty" puede adoptar para lograr una ventaja competitiva sostenible: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.

Ilustración 14 - Modelo de Estrategia Competitiva de Porter

Modelo de Estrategias Competitivas de Porter



Fuente: Elaboración Propia (2023).

El modelo de Kotler

1. **Producto:** Se refiere a los bienes o servicios que una empresa ofrece a sus clientes. En este caso, los productos podrían ser los diferentes tipos de servicios de alojamiento web en la nube que ofrecen, como planes de alojamiento compartido, VPS y servidores dedicados.
2. **Precio:** Se trata de la cantidad de dinero que los clientes están dispuestos a pagar por los productos o servicios. Se deberá establecer una estructura de precios competitiva que refleje el valor de sus servicios en relación con la competencia.
3. **Distribución:** Hace referencia a la distribución y accesibilidad de los productos o servicios. Para ello, se llevará sus servicios al mercado, ya sea a través de su sitio web, plataformas de comercio electrónico o socios de distribución.
4. **Promoción:** Implica todas las actividades que la empresa realiza para dar a conocer y promover sus productos o servicios. Esto incluye estrategias de publicidad, relaciones públicas, marketing en redes sociales y otras tácticas para aumentar visibilidad.

7.4. MARKETING MIX

7.4.1. PRODUCTO

1. **Producto Esencial:** Este nivel se refiere a la funcionalidad básica del producto, es decir, lo que el cliente obtiene directamente. En el caso de "PostyHosty", el producto esencial es el alojamiento web en la nube, que

proporciona espacio en servidores para que los clientes alojen sus sitios web y aplicaciones en línea.

2. **Producto Formal:** Se consideran características y atributos adicionales que definen el producto más allá de su funcionalidad básica. Las cuales puede incluir características como la posibilidad de elegir diferentes tipos de servidores (compartidos, VPS, dedicados), niveles de rendimiento y opciones de seguridad.
3. **Producto Ampliado:** Este nivel abarca servicios y beneficios adicionales que brindan un valor agregado a los clientes. En ella, el producto ampliado podría incluir soporte técnico en varios idiomas, garantías de tiempo de actividad y opciones de escalabilidad para ajustarse a las necesidades cambiantes de los clientes.

En la Tabla 12, se presenta a detalla los diferentes servicios de alojamiento web en la nube que "PostyHosty" ofrecerá a sus clientes, lo que proporcionará una base para comprender cómo se relacionan con los aspectos de precio y otros elementos del marketing mix:

Tabla 12 - Tipos de Servicios (Producto-Marketing Mix)

Tipo de Servicio	Características Clave
Alojamiento Compartido	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos compartidos en servidores • Ideal para sitios web pequeños • Precio accesible
Servidores VPS	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos dedicados y virtualización • Mayor control y rendimiento • Escalabilidad
Servidores Dedicados	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos exclusivos y alto rendimiento • Total, control sobre el servidor • Escalabilidad avanzada
Seguridad Adicional	<ul style="list-style-type: none"> • Certificados SSL y protección DDoS • Garantizar la seguridad de los datos • Tranquilidad para los clientes
Soporte Técnico Avanzado	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia en varios idiomas • Respuestas rápidas y eficientes • Resolución de problemas técnico
Escalabilidad Flexible	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuste de recursos según necesidades • Manejo de picos de tráfico

	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad operativa
--	--

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Esta tabla proporciona una visión panorámica de los servicios que "PostyHosty" tiene previsto ofrecer en su gama de soluciones de alojamiento web en la nube. Estos detalles fundamentales establecerán el fundamento para la determinación de precios, así como para la formulación de estrategias coherentes de promoción y distribución, todas ellas alineadas con la propuesta de valor central de la empresa.

7.4.2. DISTRIBUCIÓN

La distribución, en el marco del marketing, engloba la forma en que una empresa introduce sus productos o servicios en el mercado y facilita su accesibilidad para los clientes. En el caso de "PostyHosty", una entidad especializada en servicios de alojamiento web en la nube, la estrategia de distribución adquiere una importancia estratégica al asegurar que sus servicios lleguen con eficacia y pertinencia a su público objetivo.

Canales de Distribución: "PostyHosty" podrá emplear diversos canales de distribución para hacer llegar sus servicios a su audiencia:

1. **Venta Directa en Línea:** A través de su página web, los clientes tienen la oportunidad de explorar las variadas ofertas de servicios de alojamiento web que "PostyHosty" brindará y, de manera directa, realizar sus adquisiciones. Esta modalidad posibilita un control minucioso sobre la experiencia del cliente y la transmisión de la propuesta de valor.
2. **Alianzas con Agencias de Diseño Web:** Forjar colaboraciones con agencias de diseño web puede ser un camino para que, alcance a aquellos clientes que buscan servicios de alojamiento en combinación con la creación o rediseño de sus sitios web.
3. **Plataformas de Comercio Electrónico:** Emplear plataformas de comercio electrónico consolidadas para ofrecer los servicios de alojamiento web puede aumentar la visibilidad de la marca y alcanzar a un público más amplio.

Ubicación Geográfica: Dado que la ubicación de "PostyHosty" será en Valencia, España, considerar centros de datos estratégicamente situados en diferentes regiones puede resultar beneficioso para asegurar el rendimiento óptimo de los sitios web alojados.

Logística y Entrega: Si bien los servicios de alojamiento web son inmateriales, la logística implica la gestión de los recursos tecnológicos y la infraestructura necesaria para asegurar la operatividad continua de los sitios web alojados.

Ventajas de la Estrategia de Distribución:

- **Alcance Global:** La distribución en línea brinda la posibilidad de llegar a una audiencia global.
- **Control:** "PostyHosty" podrá mantener un control más preciso sobre la experiencia del cliente y la transmisión de la propuesta de valor.
- **Eficiencia:** Los canales en línea suelen ser más eficientes en términos de costos y tiempo en comparación con los enfoques tradicionales.

Desafíos de la Estrategia de Distribución:

- **Competencia en Línea:** La industria del alojamiento web es altamente competitiva, lo que requiere una diferenciación clara y estrategias de marketing sólidas.
- **Experiencia del Cliente:** Asegurar un alto nivel de servicio y soporte es esencial para mantener la satisfacción del cliente en un entorno digital.

En última instancia, la estrategia de distribución de "PostyHosty" tendrá que estar en sintonía con su propuesta de valor y objetivos comerciales, garantizando que sus servicios sean accesibles, confiables y capaces de atender las cambiantes necesidades de sus clientes, en su localización en Valencia, España.

7.4.3.COMUNICACIÓN

En términos de comunicación, "PostyHosty" implementará una estrategia integral que aprovechará diversas herramientas para establecer una conexión efectiva con su audiencia. Para ello, se implementarán las siguientes medidas:

- **Publicidad en Línea:** Se utilizarán anuncios en motores de búsqueda y plataformas de redes sociales para aumentar la visibilidad de "PostyHosty" entre aquellos que buscan soluciones de alojamiento web en la nube. Estos anuncios se centrarán en destacar los beneficios clave, como el rendimiento, la seguridad y la escalabilidad, con el fin de atraer la atención del público adecuado.
- **Venta Personal:** El equipo de ventas de "PostyHosty" establecerá conexiones directas con posibles clientes. Estos profesionales proporcionarán detalles personalizados sobre los servicios de alojamiento web, resolverán consultas específicas y demostrarán cómo las soluciones de "PostyHosty" pueden abordar las necesidades particulares de los clientes.
- **Promociones Especiales:** Se planificarán ofertas y promociones especiales, como descuentos por tiempo limitado en paquetes de alojamiento o ventajas exclusivas para los nuevos usuarios. Estas promociones se destacarán a través de los canales de comunicación, alentando a los clientes potenciales a aprovechar las oportunidades disponibles.
- **Relaciones Públicas:** "PostyHosty" se conectará con medios de comunicación relevantes y bloggers en el ámbito tecnológico. Para lo cual, se enviarán comunicados de prensa para anunciar los hitos importantes, como el lanzamiento de nuevos servicios o mejoras en la plataforma. Esto permitirá

aumentar la exposición de la marca y generar un interés genuino en la comunidad.

- **Presencia Digital Destacada:** Un sitio web informativo y fácil de navegar será el centro de la presencia en línea de "PostyHosty", debido a que ofrecerá detalles exhaustivos sobre los servicios, opciones de alojamiento y ventajas competitivas. Así, las redes sociales se utilizarán para compartir contenido relevante, interactuar con la audiencia y mantener informados a los seguidores sobre las novedades y actualizaciones.

7.4.4.PRECIO

La estrategia de fijación de precios de "PostyHosty" se basará en un enfoque que considere tanto los costos internos como los precios competitivos del mercado de alojamiento web en la nube. Para determinar los precios para sus servicios de alojamiento, "PostyHosty" llevará a cabo un análisis detallado de los costos directos e indirectos asociados con la prestación de los servicios, lo que incluye el mantenimiento de la infraestructura tecnológica, el soporte técnico, la seguridad y otros aspectos operativos.

En este sentido, se realizará un análisis exhaustivo de los precios ofrecidos por competidores directos e indirectos en el mismo sector. Esto permitirá situar los precios de manera estratégica en relación con la competencia y determinar dónde se encuentra en términos de valor percibido por los clientes. Por tanto, la estrategia de precios será una combinación de la evaluación de costos y la competitividad del mercado.

En consecuencia, la empresa buscará establecer precios que reflejen la calidad de sus servicios y el valor que ofrecen a los clientes, al tiempo que sean atractivos en comparación con las alternativas disponibles en el mercado. Esto permite, la implementación de esta estrategia, las cuales se detallará en el plan financiero de la empresa, donde se definirán los márgenes de beneficio, proyecciones de ingresos y costos asociados con cada uno de los planes de alojamiento ofrecidos.

Tabla 13 - Comparativa de precios con la competencia

Empresa	Tipo de Servicio	Precio (€)	Prestaciones
Webempresa	Alojamiento Compartido	7.69€/mes	Espacio de almacenamiento: 11 GB

			Ancho de banda: Ilimitado
Dina Hosting	Alojamiento Compartido	4.50€/mes	Espacio de almacenamiento: 50 GB Ancho de banda: Ilimitado
Raiola Networks	Alojamiento Compartido	9.95€/mes	Espacio de almacenamiento: 15 GB Ancho de banda: Ilimitado
HostEurope España	Alojamiento Compartido	4.99€/mes	Espacio de almacenamiento: 30GB Ancho de banda: Ilimitado
PostyHosty	Alojamiento Compartido	8.99€/mes	Espacio de almacenamiento: 10 GB Ancho de banda: Ilimitado
Webempresa	Servidores Virtuales (VPS)	42.62€/mes	Almacenamiento SSD: 80 GB RAM: 4 GB
Dina Hosting	Servidores Virtuales (VPS)	68.98€/mes	Almacenamiento SSD: 150 GB RAM: 8 GB
Raiola Networks	Servidores Virtuales (VPS)	64.95€/mes	Almacenamiento SSD: 50 GB RAM: 8 GB
HostEurope España	Servidores Virtuales (VPS)	37.99€/mes	Almacenamiento SSD: 400 GB

			RAM: 16 GB
PostyHosty	Servidores Virtuales (VPS)	71.99€/mes	Almacenamiento SSD: 250 GB RAM: 8 GB
Webempresa	Servidores Dedicados	557.95€/mes	Procesador: 16 núcleos RAM: 64 GB
Dina Hosting	Servidores Dedicados	159.58€/mes	Procesador: 6 núcleos RAM: 32 GB
HostEurope España	Servidores Dedicados	229.99€/mes + 99.99 Pago único	Procesador: 8 núcleos RAM: 32 GB
PostyHosty	Servidores Dedicados	183.99€/mes	Procesador: 8 núcleos RAM: 32 GB

Fuente: Elaboración Propia (2023).

7.4.5. PLAN DE CONTROL

El Plan de Control de Objetivos Comerciales de "PostyHosty" tiene como objetivo asegurar que los objetivos comerciales establecidos se cumplan de manera efectiva y coherente con la estrategia general de la empresa. Para ello, se llevarán a cabo acciones de monitoreo y seguimiento en función de los objetivos planteados. Cada objetivo será evaluado considerando su cumplimiento, y en caso de desviaciones, se tomarán medidas correctivas para garantizar el éxito de la estrategia comercial.

La siguiente tabla presenta los objetivos comerciales en escenarios positivos, sus implicaciones, acciones asociadas y responsables de ejecución:

Tabla 14 - Análisis de los objetivos comerciales

Objetivo Comercial	Implicaciones	Acciones	Responsable
---------------------------	----------------------	-----------------	--------------------

<p>Aumentar el número de clientes en un 20% en el primer año</p>	<p>Implicará una mayor demanda de recursos y atención al cliente</p>	<p>Ejecutar campañas publicitarias específicas en línea.</p> <p>Optimizar el proceso de incorporación de nuevos clientes.</p> <p>Fortalecer el equipo de soporte técnico</p>	<p>Equipo de Marketing y Ventas</p>
<p>Incrementar la retención de clientes en un 15%</p>	<p>Indica la necesidad de mejorar la satisfacción del cliente y brindar soluciones de valor a largo plazo</p>	<p>Implementar mejoras en la experiencia del cliente.</p> <p>Ofrecer descuentos exclusivos a clientes recurrentes.</p> <p>Enviar encuestas de satisfacción para recopilar retroalimentación</p>	<p>Equipo de Atención al Cliente</p>
<p>Lograr una tasa de conversión del 25% en las campañas publicitarias</p>	<p>Refleja la eficacia de las estrategias de marketing en la captación de clientes</p>	<p>Realizar análisis de resultados de campañas periódicamente.</p> <p>Ajustar los enfoques publicitarios según el rendimiento.</p> <p>Realizar pruebas A/B para optimizar los anuncios</p>	<p>Equipo de Marketing</p>
<p>Expandir la presencia en las redes sociales alcanzando 10,000 seguidores en un año</p>	<p>Implica un mayor alcance y visibilidad en línea</p>	<p>Publicar contenido relevante y valioso regularmente.</p> <p>Interactuar activamente con los seguidores y responder preguntas.</p>	<p>Equipo de Redes Sociales</p>

		Colaborar con influencers para aumentar la exposición	
Incrementar los ingresos por ventas de planes premium en un 30%	Requiere enfocarse en la promoción de planes de mayor valor	<p>Crear ofertas y paquetes exclusivos para planes premium.</p> <p>Realizar seguimiento personalizado con clientes potenciales.</p> <p>Destacar los beneficios adicionales de los planes premium</p>	Equipo de Ventas

Fuente: Elaboración Propia (2023).

El equipo directivo llevará a cabo evaluaciones regulares para medir el avance en relación con los objetivos previamente establecidos. En caso de detectar desviaciones o aspectos que requieran mejoras, se procederá a la implementación de medidas correctivas pertinentes. Este procedimiento de supervisión constante permitirá a "PostyHosty" ajustarse de manera ágil a las dinámicas cambiantes del mercado y asegurar el logro exitoso de sus metas comerciales.

7.4.6. CRONOGRAMA

El diagrama de Gantt es una herramienta visual que brinda una visión panorámica y detallada de la planificación y gestión de proyectos. En esta ilustración, presentamos un exhaustivo diagrama de Gantt que desglosa las diferentes fases, tareas y plazos para el proyecto de "PostyHosty".

Ilustración 15 – Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Diagrama Gantt	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Investigación de mercado y análisis de la competencia	1											
Definición de la estrategia comercial y propuesta de valor		2										
Desarrollo y diseño de la página web y materiales promocionales			3	4								
Implementación de las estrategias de comunicación y distribución					5	6						
Lanzamiento oficial del servicio y campañas promocionales							7	8				
Monitoreo y evaluación de las estrategias de marketing, ajustes según sea necesario.									9	10	11	12

7.4.7. PRESUPUESTO

La inversión inicial de este proyecto asciende a una serie de costos fundamentales. Entre ellos se incluye una inversión de €1,500 en investigación de mercado; €3,000 para desarrollo del sitio web, servirá como la principal interfaz con clientes; un presupuesto de €1,800 para eventos y ferias, con el fin de promover y aumentar la visibilidad del proyecto; €1,000 para colaboraciones con influencers, para expandir la audiencia y generar confianza; y €1,000 en materiales de marketing, para la promoción efectiva del proyecto. Adicionalmente, se contempla €1,200 en herramientas y licencias de marketing para implementar estrategias digitales, así como un fondo de contingencia del 10%, unos €1,150, para posibles imprevistos.

Los gastos mensuales recurrentes de €15,700 son vitales para el crecimiento sostenible del proyecto. El equipo de ventas y programadores, cada uno con un costo de €4,500 mensuales, son esenciales para la adquisición de clientes y el mantenimiento técnico respectivamente. El servicio al cliente, con gastos mensuales de €3,000, asegura la satisfacción del cliente. La publicidad en línea a €2,500 por mes, mejora la visibilidad del proyecto, mientras que las promociones a €1,200 mensuales aumentan la atracción y retención de clientes. Cada componente ayuda en las operaciones diarias y en el logro de metas a largo plazo.

Tabla 15 - Presupuesto

Costos de Inversión Única (Pago Único)

Concepto	Costo Estimado (€)
Investigación de Mercado	1,500
Desarrollo de Sitio Web	3,000
Eventos y Ferias	1,800
Colaboraciones con Influencers	1,000
Material de Marketing	1,000

Herramientas y Licencias de Marketing	1,200
Gastos Generales	2,000
Contingencias (10%)	1,150
Total de Inversión Única:	12,650

Costos Recurrentes (Mensuales)

Concepto	Costo Estimado (€) /mes
Equipo de Ventas	4,500
Equipo de Programadores	4,500
Personal de Atención al Cliente	3,000
Publicidad en Línea	2,500
Promociones Especiales	1,200
Total de Costos Recurrentes Mensuales:	15,700 €/mes

Fuente: Elaboración Propia (2023).

8. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

En este apartado, se llevará a cabo un análisis económico-financiero exhaustivo para evaluar la viabilidad económica del plan de marketing de "PostyHosty". Se examinarán aspectos clave como los costos, ingresos, proyecciones financieras y la rentabilidad esperada. Este análisis permitirá comprender en profundidad el impacto financiero de las estrategias propuestas y tomar decisiones informadas para maximizar la eficiencia y la efectividad de la inversión.

8.1. PLAN DE INVERSIÓN

El siguiente cuadro detalla el plan de inversión para "PostyHosty" proporcionando una visión integral de los ingresos, costos y ganancias asociados con la operación. El análisis presenta un desglose específico de los diversos elementos financieros clave, desde los ingresos totales hasta las ganancias netas, ofreciendo una comprensión clara de la rentabilidad y la eficiencia operativa del proyecto. Además, se incluyen datos actualizados para reflejar las cifras revisadas y se calcula el margen de utilidad, proporcionando una métrica esencial para evaluar la salud financiera del plan de inversión.

Tabla 16 - Plan de Inversión Detallado

Concepto	Monto
-----------------	--------------

Ingresos Totales	500,000
Costos de Ventas	-200,000
Gastos Operativos	-150,000
Ganancias Operativas	150,000
Otros Ingresos y Gastos	-10,000
Ganancias antes de Impuestos	140,000
Impuestos	-30,000
Ganancias Netas	110,000
Ingresos Totales (Actualizados)	500,000
Margen de Utilidad (%)	22%

Fuente: Elaboración Propia (2023).

A continuación, se desarrolla cada acápite para una mayor comprensión del proceso:

1. **Ingresos Totales (500,000 €):** Estos ingresos se derivan de la prestación de servicios de alojamiento en la nube con ejecución bajo demanda a nuestros clientes. Para el cual, se han utilizado proyecciones fundamentadas en la demanda del mercado y los precios de nuestros servicios.
2. **Costos de Ventas (-200,000 €):** Los costos de ventas comprenden los gastos directamente relacionados con la prestación de nuestros servicios, como el costo de los servidores, ancho de banda y otros recursos tecnológicos esenciales para alojar las aplicaciones y microservicios de los clientes. Estos costos se estiman en función de los precios del mercado y el alcance de infraestructura.
3. **Gastos Operativos (-150,000 €):** Los gastos operativos incluyen costos asociados con estrategias de marketing, salarios del personal, arrendamiento de oficinas y otros gastos vinculados a la operación de la empresa. Estas cifras se fundamentan en proyecciones realistas de los costos inherentes a la implementación de estrategias de marketing, contratación de personal y costos generales.
4. **Ganancias Operativas (150,000 €):** Las ganancias operativas se obtienen al restar los costos de ventas y los gastos operativos de los ingresos totales. Representando el beneficio generado por las operaciones comerciales regulares de la empresa.
5. **Otros Ingresos y Gastos (-10,000 €):** Esta categoría comprende ingresos adicionales, como inversiones u otros flujos de efectivo, junto con gastos no operativos que no están relacionados con la actividad principal de la empresa.
6. **Ganancias antes de Impuestos (140,000 €):** Esta cifra se calcula al sumar las ganancias operativas y los otros ingresos y gastos. Representa el beneficio antes de considerar los impuestos sobre la renta.
7. **Impuestos (-30,000 €):** Los impuestos se determinan aplicando la tasa impositiva adecuada a las ganancias antes de impuestos. En este contexto, se ha utilizado una tasa impositiva del 21%.
8. **Ganancias Netas (110,000 €):** En última instancia, las ganancias netas son el resultado después de restar los impuestos de las ganancias antes de impuestos. Reflejando la utilidad neta que la empresa anticipa obtener después de cumplir con sus obligaciones fiscales.
9. **Margen de Utilidad (%):** El margen de utilidad se determina dividiendo las ganancias netas entre los ingresos totales y expresándolo como un porcentaje. En este caso, el margen de utilidad es del 22%, lo que indica que, después de considerar todos los costos y gastos, la empresa prevé obtener un beneficio neto del 22% sobre sus ingresos totales.

Estos valores se basan en proyecciones y estimaciones realistas, respaldados por análisis de mercado, planificación estratégica y presupuestos detallados. El plan financiero se ha diseñado con el fin de garantizar la viabilidad y el éxito de "PostyHosty" en el mercado de microservicios en la nube con ejecución bajo demanda.

8.2. PLAN DE FINANCIACIÓN

En el presente informe, se presenta un análisis detallado de dos tablas fundamentales que respaldan la planificación financiera de "PostyHosty". La Tabla 16 ofrece una amplia visión de las fuentes de financiamiento utilizadas para respaldar el desarrollo y las operaciones iniciales. La segunda tabla, Tabla 17, proporciona una perspectiva detallada sobre los costos asociados con los diferentes paquetes de alojamiento ofrecidos por la empresa. Con un análisis comparativo de los precios competidores, costos directos y gastos operativos mensuales, se revela un margen de ganancia porcentual para cada paquete.

Tabla 17 - Plan de Financiación Detallado

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Fuente de Financiamiento	Monto (€)	Uso Específico
Capital Propio	10,000	Desarrollo del sitio web, material de marketing
Préstamo Bancario	7,000	Gastos iniciales, equipo de ventas
Ingresos Operativos	-	Gastos operativos mensuales
Total Financiamiento	17,000	

Tabla 18 - Plan de Costos Clientes

Paquete de Alojamiento	Precio Competidor (€/mes)	Costo Directo (€/mes)	Gastos Operativos (€/mes)	Margen de Ganancia (%)
Básico	10	5	2	60
Estándar	15	7	3	57

Premium	25	12	4	52
----------------	----	----	---	----

Fuente: Elaboración Propia (2023).

8.3. VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Basado en el análisis presentado, la viabilidad económica de la empresa "PostyHosty" se muestra sólida y prometedora. La proyección de ingresos, basada en la demanda estimada de los servicios de alojamiento web en la nube, sugiere un flujo constante de ingresos. Además, los costos y gastos directos, así como los gastos operativos, se han calculado meticulosamente, considerando factores como la infraestructura tecnológica, el soporte técnico y los recursos humanos.

El desglose detallado de las ganancias y pérdidas por paquete de alojamiento revela que cada uno contribuirá positivamente a la rentabilidad general. De esta manera, se ha evaluado escenarios optimistas, realistas y pesimistas para abordar posibles variaciones en los resultados, lo que demuestra una actitud pragmática y preparada ante los riesgos.

De este modo, se ha asignado un nivel de riesgo a cada escenario, y se han establecido márgenes de contingencia para mitigar posibles adversidades. Esto refleja una estrategia planificada y la capacidad de adaptarse a circunstancias cambiantes. Por consiguiente, la rentabilidad y el retorno de inversión se han calculado, revelando un panorama positivo en términos de recuperación de la inversión inicial y logro de ganancias sostenibles.

Con respecto al análisis de sensibilidad muestra una comprensión profunda de los factores críticos que pueden influir en los resultados financieros y cómo enfrentarlos de manera estratégica. En general, se ha abordado minuciosamente cada aspecto financiero, desde ingresos hasta costos, pasando por riesgos y oportunidades.

9. CONCLUSIONES

El análisis DAFO-CAME ha brindado una base sólida para discernir las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas. De manera tal, que la organización ha demostrado su habilidad para traducir tales percepciones en medidas concretas, como la introducción de nuevos paquetes de alojamiento y la mejora del soporte técnico multilingüe.

Con respecto a la estrategia de marketing, expuesta en el Marketing Mix, está orientada a transmitir los atributos clave a través de canales eficaces. La publicidad en línea, la venta personal y las promociones específicas colaborarán para fomentar el conocimiento y atraer a la audiencia. De este modo, las relaciones públicas y una presencia digital sólida robustecerán la reputación y la confianza en la marca.

Sin embargo, el análisis económico-financiero ha otorgado claridad en cuanto a la viabilidad del proyecto. Las proyecciones detalladas de ingresos, costos y ganancias proporcionan una representación precisa de cómo el negocio generará ingresos y se mantendrá su lucrativo. Lo que, a su vez, conlleva a la planificación financiera, la cual se ha planteado con un enfoque pragmático, contemplando múltiples escenarios y niveles de riesgo.

Por otra parte, el plan de inversión y financiamiento es detallado y transparente, delineando la asignación de recursos para respaldar el desarrollo y la continuidad operativa. Asimismo, se ha previsto un margen de contingencia para abordar eventuales contratiempos y asegurar la estabilidad financiera. Este presenta, una proyección de ganancias y pérdidas por paquete refleja cómo cada oferta contribuirá al margen global de beneficios de la empresa, dicho proceso se efectúa

por medio de un enfoque analítico implementado al calcular los costos directos y operativos, garantizando que cada paquete genere un margen razonable.

En síntesis, la evaluación de escenarios subraya la adaptabilidad del plan ante variadas condiciones del mercado. De esta manera, la asignación de niveles de riesgo y contingencia pone de relieve la disposición de la entidad para encarar desafíos y adoptar medidas proactivas. Esto, a su vez, proporciona una percepción más profunda de los factores cruciales que pueden influir en los resultados financieros.

Concluyendo este trabajo de fin de grado sobre "PostyHosty", se ha tomado la determinación de fomentar el espíritu emprendedor con esta compañía de servicios de alojamiento web. La confianza resultante de un análisis detallado y una planificación exhaustiva fortalece la convicción en el prometedor potencial de este proyecto.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Barbolla, J. O. (2020). Transformación digital, redes sociales y comercio electrónico en la estrategia empresarial frente a la covid-19. *Economistas*, 170, 140-155.
- Bhushan, B., Khamparia, A., Sagayam, K. M., Sharma, S. K., Ahad, M. A., & Debnath, N. C. (2020). Blockchain for smart cities: A review of architectures, integration trends and future research directions. *Sustainable Cities and Society*, 61, 102360.
- Cacho, S. F., & Salado, I. D. (2023). Contenidos web y percepciones sociales: la imagen proyectada del paisaje cultural de Constantina (Sevilla, España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (96).
- Castañeda Echeverri, J. D., & Villegas Villegas, G. A. (2020). Recomendaciones y Estrategias para la Protección de Datos en la Nube.
- Castañeda, J. D., & Villegas, G. A. (2020). Recomendaciones y Estrategias para la Protección de Datos en la Nube.
- Comis, D., Forrati, S., Bernardino, M., de Macedo Rodrigues, E., & da Silva, J. P. (2022, October). Avaliação das ferramentas de análise estática de códigos PHP utilizando templates de websites eGov baseados em CMS. In *Anais da VI Escola Regional de Engenharia de Software* (pp. 171-180). SBC.
- del Valle Gil, B., & Garabán Gil, F. (2021). Cloud computing y su implementación en las pymes hoteleras. ESIC.

Grand View Research (2023, Nov) Web Hosting Services Market Growth & Trends

Kirimtat, A., Krejcar, O., Kertesz, A., & Tasgetiren, M. F. (2020). Future trends and current state of smart city concepts: A survey. *IEEE access*, 8, 86448-86467.

Loo, F., & Rojas, C. (2018) Modelo de migración a la nube de los servidores de un data center [Tesis]. PE: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Molnar, D., & Schechter, S. E. (2010, June). Self-Hosting vs. Cloud Hosting: Accounting for the Security Impact of Hosting in the Cloud. In *WEIS* (Vol. 2010, pp. 1-18).

Opiniones Hosting. (2023, July 17). Raiola Networks Opiniones: Lo hemos probado y estos son los resultados. Mejores Hosting España. <https://www.opiniones.hosting/raiola-networks/>

Peñaranda, J. E. (2019). Análisis técnico para la migración de sistemas alojados en centros de cómputo convencionales a entornos de nube pública en las empresas pequeñas y medianas. Caso práctico: Drokasa Perú SA.

Song, M. (2021). Tendencias y desarrollos en computación en la nube y soluciones de TI locales.

Tecnologías digitales en la empresa | Ontsi - Red.es. (2023, March 1). <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/tecnologias-digitales-en-la-empresa-2023>

Vaello, J. (2023). Análisis comparativo de costes de migraciones de sistemas de información tradicionales a entornos cloud.

Wubu, T. (2020). Migration of Traditional IT System to Cloud Computing with Amazon Web Services.

Zavala, A. G. (2020). Sistema de respaldo de datos automatizado en la nube de Amazon Web Services para evitar la posible pérdida de información en la empresa Nessus Hoteles SA 2020.



ANEXOS

ANEXO I. RELACIÓN DEL TRABAJO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030

Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	Procede
ODS 1. Fin de la pobreza.				X

ODS 2. Hambre cero.				X
ODS 3. Salud y bienestar.				X
ODS 4. Educación de calidad.				X
ODS 5. Igualdad de género.				X
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.				X
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.				X
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.				X
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.	X			
ODS 10. Reducción de las desigualdades.				X
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.				X
ODS 12. Producción y consumo responsables.				X
ODS 13. Acción por el clima.				X
ODS 14. Vida submarina.				X
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.				X
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.				X
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.				X

Descripción de la alineación del TFG/TFM con los ODS con un grado de relación más alto.

***Utilice tantas páginas como sea necesario.

En la sección 6.6 Implicación en los objetivos de desarrollo sostenible se analiza minuciosamente como el proyecto de "PostyHosty" contribuye al ODS 9 Industria, innovación e infraestructuras.

Test de Concepto para el Plan de Marketing de "PostyHosty"

Como emprendedores queremos compartir contigo nuestros servicios y necesitamos tu opinión y sugerencias para lanzar la empresa al mercado.

Se trata de una empresa que ofrece soluciones de alojamiento web en la nube con seguridad, adaptabilidad y rendimiento. Ofrecemos variedad de servicios desde alojamiento compartido hasta servidores dedicados, con especialización en el hospedaje de sitios web en WordPress.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Te parecen interesantes estas soluciones seguras y fiables de alojamiento web? *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy interesante

2. ¿Consideras que el precio de 8,99€/mes para alojar tu página web en un servidor compartido es interesante? *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy interesante

3. ¿Qué características de estos servicios de alojamiento consideras más interesantes? *

Selecciona todos los que correspondan.

Seguridad

Precio

Fiabilidad

Velocidad

4. ¿Cuál crees que sería el canal de comercialización más interesante para que tu empresa conozca nuestros servicios? *

Marca solo un óvalo.

Visita comercial

SEM

SEO

Marketing de influencers

Publicidad en RRSS

Publicidad en periódicos (digital e impreso)

5. ¿Consideras que la colaboración con otras empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones que tienen tiendas físicas* sería interesante para comercializar nuestros servicios? *

Marca solo un óvalo.

Sí *Salta a la pregunta 7*

No

6. Por favor, haznos cualquier recomendación que consideres de interés para ti

Empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones

7. ¿Con que empresa nos recomiendas colaborar?

Marca solo un óvalo.

PhoneHouse

MediaMarkt

El Corte Inglés

Worten

Fnac

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Resultados del test de concepto

¿Te parecen interesantes estas soluciones seguras y fiables de alojamiento web?	¿Consideras que el precio de 8,99€/mes para alojar tu página web en un servidor compartido es interesante?	¿Qué características de estos servicios de alojamiento consideras más interesantes?	¿Cuál crees que sería el canal de comercialización más interesante para que tu empresa conozca nuestros servicios?	¿Consideras que la colaboración con otras empresas comercializadoras de productos de telecomunicaciones que tienen tiendas físicas sería interesante para comercializar nuestros servicios?	Por favor, haznos cualquier recomendación que consideres de interés para ti	¿Con que empresa nos recomendarías colaborar?
2	3	Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
4	5	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
3	4	Precio	Publicidad en RRSS	Sí		MediaMarkt
1	4	Precio	Marketing de influencers	No	nada	
4	5	Precio, Fiabilidad	Publicidad en RRSS	No		
5	5	Seguridad, Precio	SEM	Sí	Tendría sistema de afiliados?	MediaMarkt
2	3	Velocidad	Visita comercial	No	Dónde van a estar los datos?	
5	4	Seguridad, Velocidad	Visita comercial	Sí	Habría algún pack por pagarlo durante una cantidad extendida de tiempo?	Fnac
3	4	Precio, Fiabilidad	SEO	Sí	periodo de prueba	PhoneHouse
4	4	Seguridad, Fiabilidad	SEM	Sí		Worten
5	3	Precio, Velocidad	Marketing de influencers	No		
5	3	Seguridad, Precio	Publicidad en RRSS	No		
4	4	Seguridad, Precio	SEM	Sí	descuentos de bienvenida	Fnac
3	5	Seguridad, Precio, Fiabilidad	Visita comercial	No	afiliados	

5	4	Fiabilidad, Velocidad	SEO	Sí	asistencia tecnica	MediaMarkt
2	3	Precio	Publicidad en periódicos (digital e impreso)	No	Pueden ofrecer un período de prueba gratuito	
3	4	Seguridad, Velocidad	Publicidad en RRSS	Sí		Worten
4	4	Seguridad, Precio	SEM	Sí	version de prueba	El Corte Inglés
3	3	Fiabilidad, Velocidad	Marketing de influencers	No		
2	5	Precio	Visita comercial	No		
2	5	Precio	Marketing de influencers	No		
4	4	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	Sí	Ofrecer planes personalizados	El Corte Inglés
2	4	Velocidad	Publicidad en periódicos (digital e impreso)	No		
4	4	Seguridad, Precio	Publicidad en RRSS	Sí	dar soporte 24/7	MediaMarkt
3	3	Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
5	5	Seguridad, Precio, Velocidad	Marketing de influencers	No	programa de recompensas	
4	5	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
3	4	Precio	Publicidad en RRSS	Sí		MediaMarkt
4	1	Seguridad, Fiabilidad	Visita comercial	No	prueba gratis	
3	5	Precio, Velocidad	Publicidad en periódicos (digital e impreso)	No		
5	3	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	Sí	oferta de bienvenida	El Corte Inglés
4	4	Seguridad, Precio	Marketing de influencers	Sí		MediaMarkt
2	4	Precio	Marketing de influencers	No	nada	
3	5	Seguridad	Marketing de influencers	No		
4	5	Precio, Fiabilidad	Publicidad en RRSS	No		

5	4	Seguridad, Velocidad	Marketing de influencers	Sí	Mantener un programa de referidos	Fnac
2	3	Precio	SEO	No		
5	5	Seguridad, Precio	SEM	Sí		El Corte Inglés
5	5	Seguridad, Precio, Velocidad	Marketing de influencers	No	publicidad en podcasts	
2	3	Velocidad	Visita comercial	No		
5	4	Seguridad, Velocidad	Visita comercial	Sí		PhoneHouse
3	4	Precio, Velocidad	Publicidad en RRSS	Sí	Sería interesante ofrecer soporte 24/7	MediaMarkt
5	4	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	Sí	Colaboración con desarrolladores de sitios web	MediaMarkt
5	5	Seguridad, Fiabilidad, Velocidad	SEM	Sí	Deberían ofrecer planes personalizados	Worten
4	4	Seguridad, Velocidad	SEM	No		
5	5	Seguridad, Fiabilidad, Velocidad	Visita comercial	Sí	Sería genial tener una prueba gratuita de 7 días	El Corte Inglés
3	5	Precio, Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
3	4	Precio, Velocidad	SEO	No		
3	4	Precio, Fiabilidad	Publicidad en RRSS	No	Consideren ofrecer descuentos por contratar anualmente	
2	2	Seguridad, Fiabilidad	Visita comercial	No	fomentar el boca a boca	
5	5	Seguridad, Fiabilidad, Velocidad	Publicidad en RRSS	No		
4	3	Precio, Velocidad	Publicidad en periódicos (digital e impreso)	No		
2	3	Fiabilidad	Marketing de influencers	No		

4	5	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
4	4	Seguridad, Precio	Visita comercial	No		
3	4	Precio	Publicidad en RRSS	Sí		MediaMarkt
1	4	Precio	Marketing de influencers	No		
3	4	Seguridad	Publicidad en RRSS	No		
4	5	Precio, Fiabilidad	Publicidad en RRSS	No		
2	3	Precio	Publicidad en periódicos (digital e impreso)	No	tener demos gratuitas	
5	5	Seguridad, Precio	SEM	Sí		MediaMarkt
2	3	Velocidad	Visita comercial	No		
4	4	Precio	Visita comercial	Sí		MediaMarkt
5	4	Seguridad, Velocidad	Visita comercial	Sí		Fnac
4	4	Seguridad, Precio	Publicidad en RRSS	Sí	Ofrecer planes de alojamiento a medida	Worten
3	4	Precio, Fiabilidad	SEO	Sí		PhoneHouse
4	4	Seguridad, Fiabilidad	SEM	Sí	periodo de prueba	PhoneHouse
3	3	Fiabilidad, Velocidad	SEO	No	Soporte mediante chat	
3	4	Seguridad, Fiabilidad	SEM	No		
5	3	Seguridad, Velocidad	Marketing de influencers	No		
4	3	Seguridad, Fiabilidad	SEM	No		
4	4	Seguridad, Precio	SEM	No		
4	4	Seguridad, Precio	SEM	Sí		El Corte Inglés
3	5	Precio, Fiabilidad	Visita comercial	No		
2	3	Precio	Marketing de influencers	Sí		El Corte Inglés
5	4	Fiabilidad, Velocidad	SEO	No		

2	3	Seguridad	Marketing de influencers	No		
5	4	Seguridad, Precio	Visita comercial	No		
4	3	Seguridad, Fiabilidad	Visita comercial	No		
2	3	Precio	Marketing de influencers	No		
4	3	Seguridad, Fiabilidad	Marketing de influencers	No		
2	4	Seguridad, Precio, Fiabilidad	SEM	No		
5	4	Seguridad, Fiabilidad, Velocidad	Visita comercial	No		
4	5	Precio	SEM	No		
3	4	Seguridad, Velocidad	Marketing de influencers	No		
3	3	Seguridad	Visita comercial	No		
4	4	Precio, Fiabilidad	Publicidad en RRSS	No		
4	3	Seguridad	Visita comercial	No		
4	3	Fiabilidad, Velocidad	Marketing de influencers	No		
3	3	Seguridad, Precio, Fiabilidad	SEO	No		
3	4	Precio, Velocidad	Marketing de influencers	No		