



Projecte Emprenedor

Nom de l'estudiant: Paula Tarradellas Pujadas

Nom del tutor/a: Estel Paloma Cisa

Data: 13/06/2023

MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: 4rt

Estudis: Màrqueting i comunitats digitals

ABSTRACT

Anar-se'n d'Erasmus és una gran oportunitat que molts estudiants volen viure, però no sempre és tot tan fàcil i trobar allotjament és un dels grans problemes en què s'enfronten a l'hora de voler estudiar fora. Per aquest motiu, s'ha creat EasyRoom, una plataforma online que assegura i facilita la reserva de residències als estudiants.

El principal objectiu a l'hora de crear aquest projecte és acabar amb el problema de trobar allotjament, facilitant i assegurant el procés de reserva als estudiants, així com donar visibilitat a les residències universitàries que estiguin presents en el lloc web. A més també s'estudiarà al mercat i la viabilitat d'aquest negoci.

Irse de Erasmus es una gran oportunidad que muchos estudiantes quieren vivir, pero no siempre es todo tan fácil y encontrar alojamiento es uno de los grandes problemas a los que se enfrentan en el momento de querer estudiar fuera. Por este motivo, se ha creado EasyRoom, una plataforma en línea que asegura y facilita la reserva de residencias a los estudiantes.

El principal objetivo a la hora de crear este proyecto es acabar con el problema de encontrar alojamiento, facilitando y asegurando el proceso de reserva a los estudiantes, así como dar visibilidad a las residencias universitarias que estén presentes en el sitio web. Además, también se estudiará el mercado y la viabilidad de este negocio.

Going on Erasmus is a great opportunity that many students want to live, but it is not always so easy and finding accommodation is one of the biggest problems they face when they want to study abroad. For this reason EasyRoom has been created, an online platform that ensures and facilitates the reservation of residences for students.

The main objective in creating this project is to solve the problem of finding accommodation, by facilitating and securing the booking process for students, as well as giving visibility to the university residences that are present on the website. In addition, the market and the viability of this business will also be studied.

ÍNDIX

1. CONCEPTUALITZAR I JUSTIFICAR EL NEGOCI.....	7
1.1 CARACTERÍSTIQUES PERSONALS I MOTIVACIONS DE L'EQUIP EMPRENEDOR	7
1.2 REALITZACIÓ I JUSTIFICACIÓ DEL MODEL DE NEGOCI CANVAS	8
1.3 GRAU D'INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT DEL NEGOCI.....	13
2. DESENVOLUPAR EL PLA DE MÀRQUETING	14
2.1 ANÀLISIS DE LA COMPETÈNCIA REAL I POTENCIAL DEL NEGOCI	14
2.2 ANÀLISI DAFO.....	19
2.3 PORTAFOLI DE PRODUCTES/SERVEIS EN BASE A LA C DEL CONSUMIDOR	22
2.4 POLÍTICA DE PREUS I PREVISIÓ DE VENDES EN BASE A LA C DE COST	25
2.5 CANALS DE DISTRIBUCIÓ EN BASE A LA C DE CONVENIÈNCIA DEL CONSUMIDOR	28
2.6 PLA DE COMUNICACIÓ DEL PRIMER ANY	30
3. PLA D'OPERACIONS	35
3.1 PROCÉS DE PRODUCCIÓ DEL SERVEI	35
3.2 ACTIVITATS CLAU DEL PROCÉS DE PRODUCCIÓ	35
3.3 RECURSOS CLAU	35
3.4 PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ	36
4. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS	36
4.1 ORGANIGRAMA	36
4.2 FUNCIONS I TASQUES.....	38
4.3 POLÍTICA RETRIBUTIVA	39
4.4 VALORACIÓ ECONÒMICA DEL PLA DE RRHH.....	40
5. PLA JURÍDIC-FISCAL.....	41
5.1 FORMA JURÍDICA	41
5.2 PROVEÏDORS D'ASSESSORAMENT	42
5.3 NORMATIVES EXIGIBLES.....	43
5.4 IMPACTE A NIVELL DE NORMATIVA EUROPEA, ESTATAL, AUTONÒMICA, MUNICIPAL I POSSIBLES CANVIS NORMATIUS	43
5.5 PRESSUPOST DE CONSTITUCIÓ DE L'EMPRESA	44
6. PLA ECONÒMIC-FINANCIER.....	44
6.1 PREVISIÓ D'INVERSIONS I FINANÇAMENT	44
6.2 PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES DELS TRES PRIMERS ANYS.....	46
6.3 PLA DE TRESORERIA DELS TRES PRIMERS ANYS.....	48
6.4 ANÀLISI I INFORME FINANCIER DELS TRES PRIMERS ANYS	48
6.5 INFORME DE VIABILITAT	53
CONCLUSIONS	55
BIBLIOGRAFIA.....	57
ANNEXES	66
ANNEX 1: ANÀLISI I CONCLUSIONS ENTREVISTES	66
ANNEX 2: ENTREVISTA ALUMNE 1	68
ANNEX 3: ENTREVISTA ALUMNE 2	68
ANNEX 4: ENTREVISTA ALUMNE 3.....	68
ANNEX 5: ENTREVISTA YAIZA BUENO	68
ANNEX 6: ENTREVISTA LUIS CANCIO	68

ANNEX 7: ENTREVISTA CAMPUS X BARI D'ITÀLIA.....	69
ANNEX 8: ENTREVISTA CADENA DE RESIDÈNCIES XIOR.....	69
ANNEX 9: ENTREVISTA AMB BEATRIZ DUARTE DE RESA.....	71
ANNEX 10: ANÀLISI DE LES DIFERÈNCIES AMB LA COMPETÈNCIA DIRECTA	71
ANNEX 11: ANÀLISI DE LES DIFERÈNCIES AMB LA COMPETÈNCIA INDIRECTA	72
ANNEX 12. TAM, SAM, SOM D'ESTUDIANTS I RESIDÈNCIES.....	73
ANNEX 13. ANÀLISI PESTEL	75
ANNEX 14. CADENA DE VALOR	77
ANNEX 15. PROTOTIP WEB EASYROOM.....	78
ANNEX 16. TAULES PREVISIÓ DE VENDES DE L'ESCENARI PESSIMISTA, OPTIMISTA, REALISTA	80
ANNEX 17. PROTOTIPS XARXES SOCIALS	81
ANNEX 18. PRESSUPOST DE COSTOS PER AL SEGON I TERCER ANY DEL PLA DE MÀRQUETING.....	86
ANNEX 19. EXPLICACIÓ DETALLADA DEL FLUX D'OPERACIÓ	86
ANNEX 20. CRONOGRAMA	88
ANNEX 21. ACTIVITATS CLAUS I PLA DE CONTINGÈNCIA.....	89
ANNEX 22. RECURSOS CLAUS I PLA DE CONTINGÈNCIA	90
ANNEX 23. FUNCIONS I TASQUES	93
ANNEX 24. PRESSUPOST RECURSOS HUMANS DEL SEGON I TERCER ANY	96
ANNEX 25. NORMATIVA A TENIR EN COMPTE SLNE	97
ANNEX 26. NORMATIVES EXIGIBLES SLNE	98
ANNEX 27. PREVISIÓ OPTIMISTA I PESSIMISTA D'INVERSIONS I FINANÇAMENT	100
ANNEX 28. ESCENARI OPTIMISTA I PESSIMISTA DEL COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS.....	102
ANNEX 29. PLA DE TRESORERIA ESPERAT DELS TRES PRIMERS ANYS.....	104
ANNEX 30. PLA DE TRESORERIA OPTIMISTA DELS TRES PRIMERS ANYS.....	108
ANNEX 31. PLA DE TRESORERIA PESSIMISTA DELS TRES PRIMERS ANYS	110
ANNEX 32. GRÀFICS INFORME FINANCER.....	112

ÍNDEX DE TAULES, FIGURES I ANNEXOS

Índex de taules

TAULA 1. BUSINESS MODEL CANVAS.....	10
TAULA 2. RESUM PLA DE MÀRQUETING	14
TAULA 3. COMPETÈNCIA DIRECTA: DIFERÈNCIES	17
TAULA 4. COMPETÈNCIA INDIRECTA: DIFERÈNCIES	17
TAULA 5. ANÀLISI DAFO	20
TAULA 6. PRESSUPOST DE COSTOS PER AL PRIMER ANY DEL PLA DE MÀRQUETING	34
TAULA 7. PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ	36
TAULA 8. PRESSUPOST RRHH PER PART DE L'EMPRESA	41
TAULA 9. PRESSUPOST RECURSOS HUMANS PRIMER ANY	41
TAULA 10. PRESSUPOST CONSTITUCIÓ DE L'EMPRESA.....	44
TAULA 11. INVERSIÓ INICIAL DE L'ESCENARI ESPERAT.....	45
TAULA 12. PRÉSTEC ENISA I FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ	45
TAULA 13. PÈRDUES I GUANYS ESCENARI ESPERAT.....	46
TAULA 14. BALANÇ DE SITUACIÓ	49
TAULA 15. CÀLCUL EBITDA.....	51
TAULA 16. CÀLCUL EBITDA VS VENTES	51
TAULA 17. CÀLCUL ROE	51
TAULA 18. CÀLCUL ROA.....	51
TAULA 19. CÀLCUL RATI DE LIQUIDESA I TRESORERIA	51
TAULA 20. CÀLCUL RATI D'ENDEUTAMENT	52
TAULA 21. CÀLCUL QUALITAT DEL DEUTE.....	52
TAULA 22. CÀLCUL CAPACITAT DE RETORN DEL DEUTE.....	52
TAULA 23. CÀLCUL FONDS DE MANIOBRA I N.O.F.....	52

TAULA 24. CÀLCUL CHASFLOW	53
TAULA 25. PUNT D'EQUILIBRI	53
TAULA 26. CÀLCUL ROS	53

Índex taules annexos

TAULA A. 1. PREVISIÓ DE VENDES, ESCENARI PESSIMISTA	80
TAULA A. 2. PREVISIÓ DE VENDES, ESCENARI OPTIMISTA	80
TAULA A. 3. PREVISIÓ DE VENDES, ESCENARI REALISTA	81
TAULA A. 4. PRESSUPOST DE COSTOS PER AL SEGON ANY DEL PLA DE MÀRQUETING	86
TAULA A. 5. PRESSUPOST DE COSTOS PER AL TERCER ANY DEL PLA DE MÀRQUETING	86
TAULA A. 6. PRESSUPOST RECURSOS HUMANS SEGON ANY	96
TAULA A. 7. PRESSUPOST RECURSOS HUMANS TERCER ANY	97
TAULA A. 8. INVERSIÓ INICIAL DE L'ESCENARI OPTIMISTA.....	100
TAULA A. 9. PRÉSTEC ENISA I FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ DE L'ESCENARI OPTIMISTA	101
TAULA A. 10. INVERSIÓ INICIAL DEL ESCENARI PESSIMISTA	101
TAULA A. 11. PRÉSTEC ENISA I FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ DEL ESCENARI PESSIMISTA	101
TAULA A. 12. COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS DE L'ESCENARI OPTIMISTA	102
TAULA A. 13. COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS DE L'ESCENARI PESSIMISTA	103
TAULA A. 14. PLA DE TRESORERIA ESPERAT PRIMER ANY	104
TAULA A. 15. PLA DE TRESORERIA ESPERAT SEGON ANY	106
TAULA A. 16. PLA DE TRESORERIA ESPERAT TERCER ANY	106
TAULA A. 17. PLA DE TRESORERIA OPTIMISTA PRIMER ANY	108
TAULA A. 18. PLA DE TRESORERIA OPTIMISTA SEGON ANY	108
TAULA A. 19. PLA DE TRESORERIA OPTIMISTA TERCER ANY	109
TAULA A. 20. PLA DE TRESORERIA PESSIMISTA PRIMER ANY	110
TAULA A. 21. PLA DE TRESORERIA PESSIMISTA SEGON ANY	111
TAULA A. 22. PLA DE TRESORERIA PESSIMISTA TERCER ANY	111
TAULA A. 23. ANÀLISI COMPTE DE RESULTATS	113
TAULA A. 24. ANÀLISI BALANÇ DE SITUACIÓ	116

Índex gràfics

GRÀFIC 1. MATRIU DE COMPETÈNCIA	18
GRÀFIC 2. TAM SAM SOM ESTUDIANTS I RESIDÈNCIES	19
GRÀFIC 3. FLUX D'OPERACIONS	35
GRÀFIC 4. ORGANIGRAMA EASYROOM	37

Índex gràfics annexos

GRÀFIC A. 1. TAM, SAM, SOM ESTUDIANTS	73
GRÀFIC A. 2. TAM, SAM, SOM RESIDÈNCIES	74
GRÀFIC A. 3. CADENA DE VALOR	77
GRÀFIC A. 4. ANÀLISI VENDES	113
GRÀFIC A. 5. ANÀLISIS DESPESES DE PERSONAL	113
GRÀFIC A. 6. ANÀLISIS ALTRES DESPESES D'EXPLOTACIÓ	114
GRÀFIC A. 7. ANÀLISI MARGE BRUT	114
GRÀFIC A. 8. ANÀLISI EBITDA.....	115
GRÀFIC A. 9. ANÀLISI BAI.....	115
GRÀFIC A. 10. ANÀLISI BAT.....	115

GRÀFIC A. 11. ANÀLISI DE RESULTAT DE L'EXERCICI.....	116
GRÀFIC A. 12. ANÀLISI BALANÇ DE SITUACIÓ PRIMER ANY	117
GRÀFIC A. 13. ANÀLISI BALANÇ DE SITUACIÓ SEGON ANY	117
GRÀFIC A. 14. ANÀLISI BALANÇ DE SITUACIÓ TERCER ANY.....	118

Índex figures

FIGURA 1. LOGOTIP EASYROOM.....	23
---------------------------------	----

Índex figures annexos

FIGURA A. 1. PROTOTIP LLOC WEB	78
FIGURA A. 2. PÀGINA PROTOTIP WEB	79
FIGURA A. 3. PROTOTIP PUBLICACIONS INSTAGRAM	81
FIGURA A. 4. PROTOTIP HISTÒRIES INSTAGRAM.....	82
FIGURA A. 5. PÀGINA D'INICI DE FACEBOOK.....	82
FIGURA A. 6. PÀGINA DE FACEBOOK.....	83
FIGURA A. 7. PROTOTIP VÍDEOS TIKTOK	83
FIGURA A. 8. PROTOTIP ANUNCIS GOOGLE ADS.....	84
FIGURA A. 9. CAMPANYA E-MAIL MÀRQUETING.....	84
FIGURA A. 10. PROTOTIP LANDING PAGE	85

1. CONCEPTUALITZAR I JUSTIFICAR EL NEGOCI

1.1 CARACTERÍSTIQUES PERSONALS I MOTIVACIONS DE L'EQUIP EMPRENEDOR

Aquest projecte emprenedor neix a partir d'una vivència pròpia, on a la creadora li va ser impossible trobar un allotjament en la seva destinació d'Erasmus. És per això que amb aquest projecte es vol ajudar als futurs estudiants que realitzin una estada en l'estranger a trobar fàcilment una residència on passar la seva estada, sense que es preocupin que els estafin o que no trobin res i l'hagin de cancel·lar.

La creadora d'aquest projecte és Paula Tarradellas Pujadas, estudiant del grau de Màrqueting i comunitats digitals. Les **aptituds personals** a destacar és que és una persona molt **proactiva** pel fet de que sempre pren la iniciativa enfront diverses situacions o problemes i a l'hora de treballar en equip, proposant idees i sent eficient. També es una persona **responsable** degut a que es pren seriosament les seves tasques i responsabilitats, i treballa per acomplir amb elles de manera efectiva i té molta **creativitat**, ja que actualment s'encarrega de dissenyar webs i gestionar les xarxes socials d'una empresa petita a Barcelona, sent la única persona del departament de màrqueting adquirint d'aquesta manera coneixements en l'àmbit de disseny, creació de continguts i presa de decisions. A més, és una persona amb una **gran ambició** i interès en l'àmbit emprenedor, pel fet que sempre ha anat a diverses xerrades emprenedores i ha mostrat molt interès en algun dia arribar a tenir la seva pròpia empresa, donant el pas de realitzar el treball de final de carrera emprenedor.

La **motivació** principal per crear aquest projecte emprenedor ha estat la necessitat d'ajudar als futurs estudiants internacionals a trobar un allotjament en l'estranger i evitar que els hi passi el mateix que li va passar a ella. A més, arribar a crear el seu propi negoci i que aquest arribi a tenir èxit és una altra motivació a destacar.

Per altra banda, a l'estudiar el grau de màrqueting, la seva experiència en l'àmbit emprenedor no és tan gran com els que realitzen altres carreres, és per això que una altra motivació és que a partir d'aquest projecte arribi a adquirir més experiència i coneixements en el sector.

Com s'ha mencionat anteriorment, el principal punt feble és no tenir tanta experiència en l'àmbit emprenedor, ja que realment aquest és el primer projecte emprenedor que es

du a terme de manera individual i amb l'objectiu de què en un futur s'acabi portant a terme.

La realització d'aquest projecte podria arribar a ajudar al departament de relacions internacionals del TecnoCampus, ja que podrien oferir-la als estudiants que vagin a realitzar una mobilitat a l'estranger com ajuda per reservar una residència i assegurar-les d'aquesta manera la seva estada. Per altra banda, el grau realitzat ha permès adquirir coneixements en l'àmbit de la innovació i entendre les necessitats del consumidor, així com conèixer les eines necessàries per promocionar i donar a conèixer el negoci. A més, la realització de diverses matèries d'àmbit empresarial, han permès obtenir una nova visió en aquest sector i a comprendre i entendre els punts claus per crear un negoci i com organitzar-lo.

1.2 REALITZACIÓ I JUSTIFICACIÓ DEL MODEL DE NEGOCI CANVAS

A partir de l'estudi realitzat per l'anuari estadístic de Catalunya d'ensenyament universitari, l'any 2021 van marxar 4.596 estudiants a realitzar una mobilitat en l'estranger¹. Per altra banda, segons l'estadística d'internacionalització l'any 2020-2021, el nombre d'estudiants que surten del Sistema Universitari Espanyol (SUE)² a través de programes de mobilitat va ser de 18.236 estudiants. Per ells anar-se'n d'Erasmus és una gran oportunitat, permet perfeccionar o conèixer un nou idioma, independitzar-se, viure lluny de casa, conèixer a gent nova i noves cultures, entre altres factors, però en realitat no és tot tan bonic i tan fàcil.

Un dels **principals problemes** que es troben els estudiants és el fet de trobar allotjament, ja sigui en una residència, en un pis compartit o en un estudi. En aquest aspecte es troben molt abandonats pel fet que les universitats no es fan càrrec, moltes t'aconsellen residències o pàgines per a reservar allotjament, però en cap se t'assegura una plaça i en el cas que no trobis res només et queda l'opció de cancel·lar-ho. (*Problemas en el Erasmus y consejos para superarlos | Consejos Erasmus, s.d.*)

Aquest mateix any, a Itàlia desenes d'estudiants espanyols es van quedar sense allotjament, vivint situacions extremes com dormir en estacions de tren, al carrer i en les facultats. A més, molts indicaven que no acceptaven signar un contracte arrendatari per

¹ Idescat. Anuari estadístic de Catalunya. Ensenyament universitari. Mobilitat d'estudiants. Per universitats. (2022). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15740>

² Estadísticas de Educación. EDUCAbase. (s.d.-a). Recuperat 27 novembre 2022, de http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Universitaria/Internacionalizacion/2021/Estudiantes_Internacionales//I0/&file=Salida_Tot.px

molts intents d'estafa o perquè els discriminaven pel simple fet de ser espanyols, tal com s'indica en l'article de la Vanguardia (Decenas de Erasmus Españoles Se Quedan Sin Alojamiento En Italia, 2022).

Països Baixos és un altre dels països més demandats pels estudiants i el qual disposa de poca oferta d'allotjaments, tenint un dèficit per sobre del 50%. Les estafes en aquest país són molt comuns i és per això que en molts contractes et demanen que sigui de manera presencial, per no parlar que els preus de lloguer són desorbitats i que el propietari et pot exigir fins a 4 vegades el preu mensual del lloguer per a demostrar que hi ha solvència econòmica, tal com explica el ministeri d'assumptes exteriors, Unió Europea i cooperació (SITUACIÓN DE LA VIVIENDA EN PAISES BAJOS PARA ESTUDIANTES Y TRABAJADORES EXTRANJEROS, 2022)

Jo mateixa vaig haver de cancel·lar el meu Erasmus a Holanda per aquests motius citats anteriorment, la universitat de destí no va ajudar a trobar una residència d'estudiants i la informació que donava estava desactualitzada, en les pàgines per a trobar allotjament molts propietaris ni contestaven, milions d'intents d'estafa i donaven prioritat als neerlandesos.

És per això que amb aquest treball es pretén resoldre aquest gran problema de trobar allotjament, ajudant a evitar que els estudiants hagin de viure una situació així i trobin un lloc on realment els ajudin i assegurin un lloc per a viure.

A partir d'aquest problema que es detecta en el mercat, la missió, visió i valor del negoci són les següents:

- La **missió** és facilitar la mobilitat a l'estranger a partir d'assegurar la reserva de residències als estudiants que vagin a realitzar els seus estudis durant un període fora del seu país.
- La **visió** és posicionar-se com a web líder en reserves de residències pels estudiants.
- Els **valors** a destacar són:
 - **Confiança**: a partir de transmetre que és una pàgina segura i fiable
 - **Transparència**: a partir d'un tracte proper i sent totalment sincers amb els usuaris
 - **Innovació**: el punt diferenciador és oferir un mètode de reserva que t'asseguri l'estada.

- Empatia: s'entén lo difícil que és buscar allotjament i és per això que es vol facilitar el procés al màxim.

Amb el fi de poder detectar els elements essencials del model de negoci d'una manera organitzada i poder comprendre'l d'una forma més directa i estructurada, s'ha realitzat un *Business Model Canvas*:

Taula 1. Business Model Canvas

Business Model Canvas

KEY PARTNERS <ul style="list-style-type: none"> Universitats espanyoles que participin en el programa Erasmus. 	KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> Contactar amb residències internacionals. Creació i manteniment de la pàgina web. Donar-se a conèixer en les universitats i xarxes socials. 	VALUE PROPOSITION <ul style="list-style-type: none"> Assegurar una residència per viure durant l'estada a l'estranger. Facilitar el procés de reserva. Donar major visibilitat i notorietat a les residències a partir d'una presència en el lloc web sense cap cost per ser-hi. 	CUSTOMER RELATIONSHIPS <ul style="list-style-type: none"> Assistència personalitzada, transmetent confiança i transparència. 	CUSTOMER SEGMENTS <ul style="list-style-type: none"> Estudiants d'Erasmus. Estudiants de Màsters. Estudiants que realitzin una estada a l'estranger. Residències d'estudiants fora d'Espanya.
	KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> Comercial Community manager Informàtic Desplaçament a residències Flyers i presentacions Captació de mails i campanyes d'email màrqueting Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads, SEO i SEM Ionos Ordinadors Connexió a Internet Incubadora TecnoCampus 		CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> Xarxes socials Recomanació de les universitats espanyoles Campanyes via email Google i Facebook ADS Pàgina web 	
COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> Cost de desplaçament a les universitats Cost de producció de flyers i material per donar a conèixer el negoci. Cost de la realització de la pàgina web, manteniment de la plataforma i la publicitat d'aquesta. Costos del departament de màrqueting i d'atenció al client i salaris dels treballadors. Lloguer de la incubadora del TecnoCampus Contractació d'una tarifa de connexió wifi i internet Equips informàtics. 			REVENUE STREAMS <ul style="list-style-type: none"> Les residències pagaran una quota cada cop que un estudiant reservi plaça. Els estudiants pagaran una comissió de despeses per gestió. 	

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa al **segment de clients**, són tots aquells estudiants universitaris i de màster d'entre els 18 i 26 anys que realitzin una estada a l'estranger, ja sigui Erasmus durant curt o llarg termini, realitzar tot el màster en l'estranger o fer pràctiques dins d'Europa, d'entre d'altres. A més, també seran aquelles residències d'estudiants en altres països que puguin ser interessants per oferir-les al lloc web. Cal destacar que dins d'aquest segment de clients, els estudiants són els usuaris que utilitzaran la plataforma i les residències són els clients que pagaran per estar presents dins d'aquesta.

Si es té en compte el grau d'innovació de la idea de negoci, ja hi ha altres webs en el mercat que ofereixen serveis similars, però la principal diferència és que aquestes majoritàriament no asseguren l'allotjament, sinó que et posen en contacte o el procés de reserva és més complex i **les residències han de pagar una taxa per estar presents en altres plataformes**. D'aquesta manera, el **principal valor i fet diferenciador** que

s'ofereix amb la proposta és assegurar una residència i fer aquest procés més senzill i sense que s'hagin de preocupar si es quedaran sense residència. Per exemple, Erasmusu és una plataforma que ajuda als estudiants internacionals a trobar allotjament posant-los en contacte amb el propietari, un procés més complex i lent. Per tant, **s'innovarà** a partir d'un model de negoci que asseuri i ofereixi una reserva directa.

Per altra banda, la **proposta de valor que s'ofereix a les residències universitàries** es donar-se a conèixer i aconseguir major notorietat a partir d'un tercer amb el fet diferenciador de que la seva presència a la plataforma serà totalment gratuïta, només cobrant comissió un cop els estudiants reservin plaça.

Seguidament, si ens centrem en els **canals** amb els quals s'arribarà als clients, primer de tot es destacaria la **pàgina web**, ja que és on els usuaris podran veure i reservar tota la disponibilitat de residències i la plataforma on es podran posar en contacte. Per altra banda, les **xarxes socials** i les **campanyes d'e-mail** són uns canals molt importants on es donarà a conèixer el negoci mostrant-se totalment transparent i proper als usuaris. També es pot destacar la **publicitat a través de Facebook i Google Ads**, la qual permetrà arribar a gent més llunyana i ser coneguda per nous estudiants. I per últim, el **boca a boca** de les universitats espanyoles als alumnes que estiguin interessats a realitzar una mobilitat a l'estranger, d'aquesta manera es buscarà col·laborar amb les universitats perquè ajudin als estudiants a tenir una opció per trobar allotjament. A més en tots els canals mencionats, es busca captar als clients a través d'una **relació** que sigui totalment transparent, transmetent confiança a partir d'una assistència personalitzada, amb la finalitat de què els estudiants confiïn en la plataforma a l'hora de reservar la seva futura residència.

De cara al **flux d'ingrés**, principalment s'obtindrà a partir d'una quota que pagaran les residències oferides dintre del lloc web cada cop que un estudiant reservi plaça durant tot el període d'aquesta reserva, i d'una comissió de gestió que pagaran els estudiants.

Una de les principals **activitats claus** que es requereixen per la proposta de valor és **contactar amb residències internacionals** amb la finalitat d'oferir-los col·laborar en la plataforma. Per tal de poder aconseguir aquesta activitat, els principals **recursos claus** necessaris són contractar a un comercial per la recerca de residències i el desplaçament a les universitats amb el cost que suposarà, ja que en molts casos s'haurà de viatjar a altres països per dur a terme reunions amb les residències esmentades.

Per altra banda, una altra activitat clau necessària és la **creació i el manteniment de la pàgina web**, per això els **recursos** necessaris són la contractació dels serveis de la plataforma Ionos i contractar a un informàtic per tal de realitzar el manteniment del lloc web.

L'última **activitat clau** a destacar és donar-se a conèixer en les universitats espanyoles amb l'objectiu de promocionar el lloc web entre els estudiants de les universitats d'Espanya a partir de l'assistència a les reunions d'Erasmus, amb la finalitat de tenir una quota de mercat prou gran perquè el negoci sigui viable, fent que així, els **principals socis claus** siguin les residències i les universitats que ofereixin al programa Erasmus o màster internacional, d'entre d'altres, a més de donar-se a conèixer en les xarxes socials. Per tal d'aconseguir-ho, els **recursos claus** es basen en la contractació d'un community manager, invertir en publicitat tant en Google Ads com Facebook Ads i TikTok Ads, a més es realitzaran campanyes d'e-mail màrqueting i captació de mails tant en les xerrades com en les xarxes socials i el lloc web per aconseguir una base de dades sòlida i es faran presentacions explicant en què consisteix el negoci i als alumnes se'ls hi donaran flyers informatius de l'empresa amb tota la informació resumida.

Cal destacar que per poder dur a terme totes les activitats claus descrites és imprescindible comptar amb la incubadora del TecnoCampus per poder tenir un lloc on fer totes les tasques i reunions, així com disposar d'ordinadors, internet i connexió wifi per poder treballar.

A més, s'han de tenir en compte els **costos** que suposaran executar totes aquestes tasques, on principalment destaquen les despeses en publicitat, realització de la plataforma i el manteniment d'aquesta, els costos del departament de màrqueting, d'atenció al client i els salaris dels treballadors, les despeses en desplaçament a les residències, el cost de producció de flyers i material per donar a conèixer el negoci i les despeses de lloguer de la incubadora del TecnoCampus i contractació d'una tarifa de connexió wifi i internet, així com la compra d'equips informàtics en cas que fos necessari.

Seguidament, s'ha fet una validació del **Business Model Canvas** a partir d'una entrevista a tres estudiants d'Erasmus, David Alfaro, Natalia Ercilla i Victor Luna. Per altra banda, s'ha entrevistat a la Yaiza Bueno del departament de relacions internacionals del TecnoCampus i al Luis Cancio del departament de relacions internacionals de l'escola Pia Santa Anna de Mataró i a més a més, s'ha contactat amb diverses residències d'estudiants de diferents països i s'ha obtingut resposta de la cadena

de residències Xior de Madrid i Barcelona, la residència CampusX Bari d'Itàlia i la plataforma per reservar residències RESA. L'anàlisi i les conclusions tretes en cadascuna de les entrevistes es poden veure a *l'annex 1: Anàlisi i conclusions entrevistes*.

1.3 GRAU D'INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT DEL NEGOCI

A l'hora de reservar una residència o pis d'estudiants, el procés es fa a través d'una plataforma externa als dels propietaris, aquestes plataformes en la majoria només fan de pont amb el client i el consumidor i fa que el procés sigui molt més lent, ja que et posen en contacte amb el propietari i has d'esperar que et respongui per saber si continua disponible, o si queden places, a més et fan pagar una quota mensual pel simple fet de poder contactar amb els propietaris. És un procés molt lent i desesperant pels estudiants pel fet que no els asseguruen l'allotjament o en molts casos a l'hora de reservar una residència, tenen llistes d'espera llarguíssimes. Per aquest motiu, la creació d'una web on s'ofereixin les residències en funció del nombre de places disponibles, que es puguin reservar directament des de la plataforma sense que els estudiants siguin dirigits a un altre i que a més ja sàpiguen des d'un principi el nombre de places que queden disponibles, és un **factor innovador en el mercat**, ja que agilitza el procés de reserva, es fa de manera més directa, i els estudiants saben des d'un principi les residències a les quals poden optar, el que inclouen i el seu preu, sense haver de pagar tarifes extres per posar-se en contacte amb els propietaris.

Si es tenen en compte les **tendències de futur** (Innotools 2.0 Módulo 1 - Diez Tendencias En Innovación - YouTube, 2019), aquesta idea de negoci la relacionem amb la **personalització** i la **longevitat**; s'ha adaptat el servei a la mesura dels clients i s'ha buscat millorar la qualitat i el seu temps. A partir de conèixer els problemes que tenen els estudiants a l'hora de reservar allotjament, s'ha buscat fer un procés més directe tenint en compte les seves necessitats i adequant-lo a mesura dels estudiants, ja que d'aquesta manera s'estalviaran un temps a l'hora de fer la cerca de residències i s'asseguraran saber en el moment si la residència que volen té disponibilitat i la podran reservar.

A més, amb aquesta idea de negoci es tindrà en compte la **sostenibilitat social**, oferint llocs de treball que s'adeqüin a les capacitats dels treballadors, oferint salaris justos i creant un ambient de treball positiu, on predomini el treball en equip, l'empatia i la comunicació. A més, la idea de negoci pot arribar a ser un benefici per als futurs estudiants que vulguin realitzar una mobilitat a l'estranger, ja que coneixeran una

plataforma que ofereix residències i que les podran reservar directament, estalviant-los d'aquesta manera temps i esforços.

Per últim, tenint en compte els **Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)** amb aquest negoci es contribueix amb l'objectiu 8 de promoure el creixement econòmic sostingut, inclusiu i sostenible, el treball ple i productiu i el treball decent per tots (*Objetivo 8 / Department of Economic and Social Affairs, s.d.*), ja que el fet que sigui una empresa online, permet que els treballadors puguin fer teletreball i s'adequaria l'entorn de treball a les seves necessitats, fent que si tornés a vindre una pandèmia que obligués a tancar les empreses, els treballadors continuarien mantenint el seu treball i no el perdrien.

2. DESENVOLUPAR EL PLA DE MÀRQUETING

Taula 2. Resum pla de màrqueting

PRODUCTE	PREU	PROMOCIÓ	PUNTS DE VENDA
<ul style="list-style-type: none"> • Pàgina web de reserva de residències per estudiants internacionals. • Residències d'estudiants d'Europa. • Més de 50 residències. 	<ul style="list-style-type: none"> • La web serà gratuïta pels usuaris i pagaran 30€ de comissió per gastos de gestió a l'hora de fer el pagament final de la residència • Les residències pagaran un 10% de comissió per estar presents a la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Canals Offline <ul style="list-style-type: none"> • Recomanació de les universitats espanyoles • Canals Online <ul style="list-style-type: none"> • Email màrqueting • Xarxes socials • Publicitat pagada 	<ul style="list-style-type: none"> • Lloc web
↓	↓	↓	↓
CONSUMIDOR	COST	COMUNICACIÓ	CONVENIÈNCIA
<ul style="list-style-type: none"> • Estudiants que realitzin una mobilitat a l'estranger, ja sigui estudiants universitaris que vagin a fer un Erasmus o un màster per Europa, durant el seu curs acadèmic • Disposen d'interès per viure en una residència d'estudiants. • Bon domini d'idiomes 	<ul style="list-style-type: none"> • Temps en cercar la residència que millor s'adapti a les seves necessitats. • Temps en registrar-se. • Decidir quina és la residència que millor s'adapta a ells lo abans possible per no quedar-se sense places. 	<ul style="list-style-type: none"> • To proper i professional. • Pensar en les necessitats dels clients. • Presència a Instagram, Tiktok i Facebook. • Presència en les universitats espanyoles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bon user experience. • Fàcil i clar d'utilitzar. • Filtres per facilitar la cerca. • Apartat personal. • Apartat per realitzar consultes.

Font: Elaboració pròpia

2.1 ANÀLISIS DE LA COMPETÈNCIA REAL I POTENCIAL DEL NEGOCI

A partir d'un anàlisi exhaustiu de la competència, s'ha pogut identificar els següents competidors directes i indirectes:

Com a directes són totes aquelles empreses que ofereixen un servei de reservar allotjament en diversos països i principalment residències d'estudiants. Entre elles es poden destacar les següents:

- **University rooms:** Sorgeix l'any 2002, a partir d'una idea que va tenir Charli Ramsay en donar-se compte de què no totes les habitacions de la seva escola estan ocupades, a partir d'aquí se li va ocórrer la idea d'UniversityRooms.com per universitats i escoles per tal d'anunciar les habitacions en excés. Actualment, té una disponibilitat de més de 400 residències universitàries i escoles majors en més de 100 ciutats del món (*Reserva estancias baratas en habitaciones de Universidad, incluso si no eres un estudiante.*, s.d.).
- **ERASMUSU:** És una plataforma que ajuda als estudiants internacionals a trobar allotjament. Et posen en contacte amb el propietari i posen a disposició un equip de suport per qualsevol dubte (Erasmus | Erasmusu.Com, s.d.).
- **Housing AnyWhere:** Sorgeix l'any 2009 a partir d'un problema d'un dels membres de l'equip a l'hora de buscar habitatge. El que fan és gestionar el lloguer del propietari, posant-te en contacte amb el propietari de l'habitatge o residència en qüestió. Avui en dia tenen conveni amb més de 300 universitats internacionals (HousingAnywhere: Mid to Long-Term Rentals in 400+ Cities, 2009.).
- **Lodgerin:** Va néixer l'any 2014 com *Students Global Relocation* a causa d'un problema d'atenció en la mobilitat d'un dels socis fundadors. Anys més tard es va passar a dir *Lodgerin* i actualment es dediquen a trobar allotjament als estudiants i joves professionals, siguin habitacions, pisos compartits o estudis, així com prestar serveis individuals durant la seva estança (Quiénes Somos | Lodgerin, 2014.).
- **The Social Hub:** És un hotel per turistes, viatgers i estudiants que disposa d'habitacions d'estudiants equipades per ser la teva casa durant el curs. A més, també és un espai de coworking per a nòmades digitals, una zona d'oci per a emprenedors i un punt de reunió per a gent de la ciutat i residents (The Social Hub | Más Que Un Simple Hotel - The Social Hub, s.d.).
- **Roomlees:** És una plataforma de lloguer d'immobles o habitacions a mig/llarg termini. Connecten amb els propietaris de la vivenda amb els possibles inquilins, buscant simplificar d'aquesta manera el procés de cerca de propietats (Roomless: Casas y Habitaciones En Alquiler a Medio y Largo Plazo, s.d.).

Com a competència indirecta s'han cercat aquelles empreses que ofereixen allotjament en un territori en concret i comparadors de residències, entre elles es poden destacar les següents:

- **RESA residències universitàries:** És una plataforma amb més de 26 anys d'experiència que es dedica a trobar residències per Espanya. Té més d'11.000 places en 40 residències en les principals ciutats d'Espanya (Resa Residències Universitàries, 2022.).
- **Busco Resi:** És un cercador de residències universitàries i col·legis majors de les principals ciutats d'Espanya. Et posen en contacte amb la residència seleccionada, però no t'asseguren que hi hagi plaça (Buscoresi - Buscador Residències Universitàries, s.d.).
- **Pararius:** És un lloc web de propietats de lloguer als Països Baixos. Et posa en contacte amb el propietari i és ell el que escull al nou inquilí (*Pararius - Rentals - Rental apartments in The Netherlands*, s.d.).
- **DUWO:** És un lloc web que ofereix més de 32.000 habitacions en tots els Països Baixos. Algunes universitats trien col·laborar amb aquesta plataforma (*Welkom - Stichting DUWO*, s.d.).
- **ROOM:** És una plataforma que ofereix allotjament per a estudiants a Amsterdam, Delft, La Haia, Deventer, Leiden, Haarlem, Wageningen i Groningen (Home - ROOM, s.d.).
- **Erasmus Play:** És un comparador d'allotjaments per estudiants, t'ajuda a fer la cerca d'allotjament entre residències, apartaments, pisos o habitacions per estudiants, segons les teves necessitats (*ErasmusPlay | El comparador de alojamiento para estudiantes*, s.d.).
- **UNIRESI:** És un cercador de residències universitàries o col·legis majors. Els estudiants han d'omplir un formulari de contacte i reben una llista amb les millors residències amb places lliures segons les seves necessitats i finalment et posen en contacte amb la millor residència (*UNIRESI – Encuentra gratis tu residencia o tu colegio mayor*, s.d.).
- **EF Education First:** Des de 1965 ofereixen programes d'aprenentatge, centrats en els idiomes, viatges, estudis i intercanvi cultural. A més t'ajuden a trobar la teva residència al destí escollit (*Residències de estudiants | Residències en el extranjero | EF España*, s.d.).

Si es comparen als competidors directes i indirectes amb el model de negoci que es vol realitzar, es poden resumir els competidors directes en la següent taula:

Taula 3. Competència directa: diferències

	PÚBLIC OBJECTIU	PRESENCIA A LES XARXES SOCIALS	MÈTODE DE PAGAMENT	OFERTA NACIONAL O INTERNACIONAL
UNIVERSITY ROOMS	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Tenen presència a Facebook i Twitter	Pagament directe des de la pàgina de la quota total.	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.
ERASMUSU	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Estan presents a Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram i tenen un blog.	Pagament indirecte, has de pagar una quota de reserva a Erasmusu, un depòsit al propietari i després fer un pagament mensual.	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.
HOUSING ANYWHERE	Es dirigeix tant a estudiants com a qualsevol persona que vulgui llogar un pis o casa o compartir habitació.	Tenen presència a Twitter, Facebook, Instagram i YouTube.	Pagament indirecte, has de pagar una quota mensual per posar-te en contacte amb el propietari i després fer el pagament mensual de la reserva.	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.
LODGERIN	Es dirigeixen a estudiants i joves professionals que vulguin marxar fora del seu país de residència.	Estan presents a Twitter, Facebook, LinkedIn i Instagram.	Pagament directe des de la pàgina d'una quota mensual	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.
THE SOCIAL HUB	És un hotel per turistes, viatgers i estudiants, un espai de coworking per a nòmades digitals, una zona d'oci per a emprenedors i un punt de reunió per a gent de la ciutat i residents.	Estan presents a Twitter, Facebook, Instagram i LinkedIn.	Pagament directe des de la pàgina de la quota total.	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.
ROOMLEES	Van dirigits a estudiants y a qualsevol persona que vulgui llogar immobles o habitacions a mig/llarg termini.	Tenen un blog.	Pagament directe des de la pàgina d'una quota mensual	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.

Font: Elaboració pròpia

Les conclusions extretes sobre la competència directa es pot veure a [l'annex 10: Anàlisi de les diferències amb la competència directa.](#)

Pel que fa als competidors indirectes, es poden resumir en la següent taula:

Taula 4. Competència indirecta: diferències

	PÚBLIC OBJECTIU	PRESENCIA A LES XARXES SOCIALS	MÈTODE DE PAGAMENT	OFERTA NACIONAL O INTERNACIONAL
RESA	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Tenen presència a Twitter, Facebook, Instagram i YouTube.	El pagament es fa directe per l'aplicació, però abans t'han d'enviar la informació que se sol·licita, és un procés més lent.	Ofereixen residències només en el seu país d'origen, Espanya.
BUSCO RESI	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Estan presents a Twitter, LinkedIn i Instagram.	Només és un buscador que et cerca les residències en funció de la ciutat un vagis i et dona la informació de contacte.	Ofereixen residències només en el seu país d'origen, Espanya.
PARARIUS	Es dirigeix tant a estudiants com a qualsevol persona que vulgui llogar un pis o casa o compartir habitació.	Estan presents a Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram i Pinterest.	Només et posa en contacte amb el propietari, el pagament s'efectuarà a ell i no en Pararius.	Ofereixen residències i pisos només en el seu país d'origen, Holanda.
DUWO	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Tenen presència a LinkedIn, Facebook, Instagram i YouTube.	Pagament directe des de la pàgina d'una quota mensual	Ofereixen residències i pisos només en el seu país d'origen, Holanda.
ROOM	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Tenen presència a Facebook i Instagram.	Pagament directe des de la pàgina d'una quota mensual	Ofereixen residències i pisos només en el seu país d'origen, Holanda.
ERASMUS PLAY	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Estan presents a Facebook, LinkedIn i Instagram.	És un comparador de residències i un cop s'ha escollit una, et posa en contacte amb el propietari i després has de fer el pagament des de la pàgina d'una quota mensual, és un procés molt lent.	Ofereixen residències i pisos tant en àmbit nacional com internacional.
UNIRESI	Van dirigits principalment als estudiants d'universitat o màster.	Tenen presència a Facebook i Instagram.	Només és un buscador que et cerca les residències en funció de la ciutat un vagis i et dona la informació de contacte.	Ofereixen residències només en el seu país d'origen, Espanya.
EF EDUCATION FIRST	Es dirigeixen tant a nens de primària, batxillerat, universitaris, adults, professionals, empreses i governs.	Estan presents a Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube i tenen un blog.	Pagament directe des de la pàgina de la quota total.	Tot el que ofereixen és a nivell internacional.

Font: Elaboració pròpia

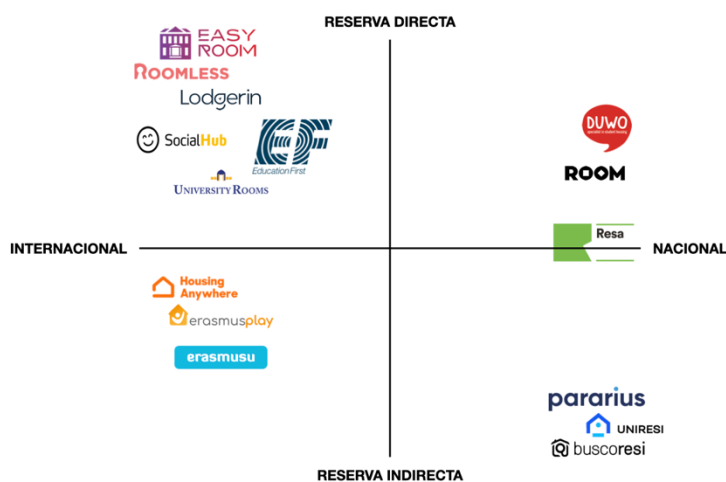
Les conclusions extretes sobre la competència indirecta es pot veure a *l'annex 11: Anàlisi de les diferències amb la competència indirecta.*

Seguidament, per fer una comparativa més detallada, s'ha realitzat la matriu de competència en base de dos atributs:

- **Reserva directa o indirecta:** en funció de si pots reservar directament des de la plataforma, si només et posa en contacte amb el propietari o si és un procés més lent amb molts passos abans de poder reservar.
- **Internacional o nacional:** en funció de si ofereixen allotjament en diversos països o només en el país d'origen.

Aquests atributs són molt rellevants a l'hora de diferenciar el valor que es vol oferir amb la resta de competidors, ja que el negoci se centra a oferir residències d'estudiants en l'àmbit europeu i no nacional, a més la reserva serà totalment directa des de la pàgina i no es dirigiran als usuaris a altres pàgines o serà un procés lent on primer s'envia la informació o es posa en contacte amb el propietari. És per això que posicionar a la competència dins d'aquestes variables servirà per saber quins són aquells més forts i visualitzar de manera més senzilla aquells que són totalment diferents.

Gràfic 1. Matriu de competència



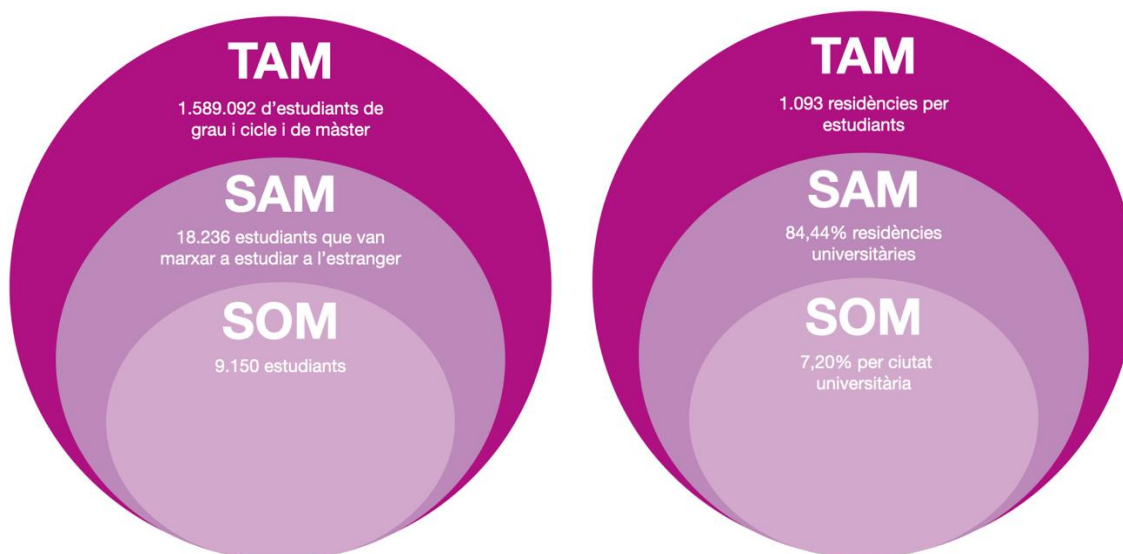
Font: Elaboració pròpia

EasyRoom es trobaria com la primera en reserva directa, ja que en tot moment els estudiants podran veure el nombre de places que queden disponibles i no hauran de malgastat temps en aquelles que no quedin places, per altra banda, hi ha altres plataformes que ofereixen un major nombre de països internacionals en què reservar residència.

En conclusió les empreses que més s'assembla al model de negoci que es vol fer són Romlees i Lodgerin, en elles, es pot reservar de manera senzilla i directa en la plataforma, sense posar-te abans en contacte amb propietaris o enviar-te diferent informació. A més, es dirigeixen en l'àmbit europeu oferint una gran varietat de residències en diferents països. Per altra banda, la que menys s'assembla és Buscoresi, ja que ofereix residències a ciutats espanyoles i només et posen en contacte amb la residència seleccionada, però no asseguren que hi hagi plaça i no es pot reservar.

Un cop analitzada en profunditat a la competència, seguidament, s'ha realitzat un **TAM SAM SOM** tant dels **estudiants** que vagin a realitzar els seus estudis a l'estranger com de les **residències universitàries**, on resumidament la proporció del SOM a la que es podrà donar servei són **9.150 estudiants i a un 7,20% de residències** per ciutat universitàries. A *l'annex 12. TAM, SAM, SOM d'estudiants i residències* es pot veure de manera detallada el TAM SAM SOM dels dos públics objectius.

Gràfic 2. TAM SAM SOM estudiants i residències



Font: Elaboració pròpia

2.2 ANÀLISI DAFO

Abans de procedir a l'anàlisi DAFO s'ha realitzat un estudi del macroentorn per identificar les forces externes de l'empresa, amb la finalitat de detectar les oportunitats comercials d'aquesta i avançar-se a les amenaces a partir d'una anàlisi PESTEL, el qual es pot trobar a *l'annex 13. Anàlisi PESTEL*. També s'ha dut a terme una anàlisi del microentorn a partir de la cadena de valor, amb la finalitat d'examinar en profunditat les activitats del negoci, el qual es pot trobar a *l'annex 14. Cadena de valor*.

L'anàlisi DAFO es pot resumir en els següents aspectes:

Taula 5. Anàlisi DAFO

DEBILITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none">• Poca experiència en el sector• Posicionament baix• Pocs treballadors• Poc poder de negociació.	<ul style="list-style-type: none">• Sector amb molta competència• Vendes limitades• Fàcil comparació entre empreses
FORTALESES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none">• Inversió assequible• Empresa digital• Fàcil accessibilitat per als usuaris• Reserva directa i cerca fàcil de residències• Equip de treball qualificat	<ul style="list-style-type: none">• Ajudes econòmiques per nous negocis• Creixent ús de les xarxes socials entre els joves• Promoció per part de les universitats espanyoles• Mercat en creixement• Augment del nombre d'usuaris a internet

Font: Elaboració pròpia

Analitzant les característiques internes i la situació externa que presenta EasyRoom, s'han pogut detectar els següents aspectes tant positius com negatius:

Centrant-nos en l'anàlisi interna, pel que fa a les **debilitats**, EasyRoom és una empresa petita de nova creació i el primer projecte emprenedor que es realitza, per la qual cosa hi ha **poca experiència en el sector** i això pot influir en diverses situacions enfront al mercat, com seria la ràpida resolució de problemes o no obtenir els resultats esperats. A més, en ser una nova empresa, encara no és coneguda per les persones i, per tant, fa que tingui un **posicionament baix** enfront dels competidors. Cal destacar que a l'inici hi haurà un **personal limitat**, la qual cosa farà que moltes tasques les faci una mateixa persona, lo que pot alentir processos i es disposarà de **poc poder de negociació**, ja que s'ha de tenir en compte que els preus i les característiques les establiran les residències, per tant, en aquests aspectes no es podrà negociar.

D'altra banda, com a **fortaleses** es pot destacar que el fet que sigui un negoci en línia fa que la inversió **inicial sigui més reduïda** i, per tant, es pot invertir més a donar-se a conèixer, ja que, l'ús de les xarxes social i internet ha augmentat des de la pandèmia de la covid-19 i ha continuat creixent fins ara. Aquest fet fa que la gent passi molt més temps a Internet i augmentin el nombre de compres en botigues online, per tant, és més fàcil fer-lis arribar el negoci a partir de les xarxes socials i anuncis. Una altra fortalesa a destacar és la **fàcil accessibilitat per als usuaris** pel fet que el lloc web estarà dissenyat amb buscadors que facilitin la cerca de residències en funció del país i ciutat, també hi haurà un lloc de contacte perquè els usuaris puguin preguntar els seus dubtes, i podran mirar tots els aspectes de la web, fent que d'aquesta manera tinguin un bon

user experience a partir d'una navegació senzilla i clara pel lloc web. A més, la **reserva** de residències es farà **directament** des del lloc web i podran cercar les residències en funció del país i la ciutat per estalviar-los temps en la cerca. **Per últim, també cal destacar la fortalesa de tenir un equip de treball qualificat** que ajudarà a fer créixer el negoci gràcies als seus coneixements i que estarà en constant formació.

Quant a l'**anàlisi externa**, pel que fa a les **amenaces**, en l'anàlisi de la competència s'ha pogut veure que hi ha un **gran nombre de competidors** que ofereixen un servei similar y totes les empreses estan presents a internet i a les xarxes socials, per lo que és probable que els competidors es **comparin** amb nosaltres i nosaltres amb ells per saber com destacar respecte a la resta. A més, el **nombre de places de residències serà limitat** i s'ha de tenir en compte que en pocs casos hi haurà vendes recurrents pel fet que majoritàriament la gent només fa una mobilitat internacional durant la carrera. Es poden trobar persones que facin un Erasmus durant la carrera i després també facin el màster fora, però en tot cas passarà un mínim de 2 anys fins aquesta pròxima mobilitat.

Per a finalitzar, de cara a les **oportunitats**, destacar que hi ha varies **ajudes** que es poden demanar **com a nova empresa i emprenedor** com l'ENISA que és un préstec de l'estat per a emprenedors de petites i mitjanes empreses espanyoles amb projectes viables i innovadors (Enisa Con El Emprendimiento Innovador., s.d.) i també està l'ICF que facilita el finançament a start-ups, persones treballadores per compte propi, microempreses, pimes i grans empreses mitjançant un ampli ventall de productes i instruments financers centrats en préstecs, avals i capital risc (Productes - ICF.Cat, s.d.). A més, segons l'informe global digital 2022 publicat per Hootsuite I We Are Social (Digital Report 2022: El Informe Sobre Las Tendencias Digitales, Redes Sociales y Mobile. - We Are Social Spain, s.d.) els **usuaris en les xarxes socials han crescut 227 milions** en comparació de l'any passat, sent un total de 4.700 milions a inicis del mes de juliol del 2022, així com també ha augmentat **el nombre d'usuaris a internet** a escala mundial un **1,9%** respecte al 2022. D'altra banda, algunes empreses espanyoles estarien disposades a donar a conèixer el negoci, per exemple, el departament de relacions internacionals del TecnoCampus estaria disposat a **promocionar el lloc web** si és quelcom que podria facilitar la mobilitat als estudiants. Si totes les universitats espanyoles tenen el mateix pensament seria molt fàcil donar-se a conèixer entre les universitats. Cal destacar que és un **mercat creixent**, on cada cop són més el nombre d'estudiants que volen realitzar una mobilitat a l'estranger pels beneficis que això suposa en l'àmbit laboral i en l'aprenentatge d'un idioma nou.

Per tal de minimitzar les debilitats i amenaces del negoci es realitzaran les següents accions:

- Es treballarà el **posicionament SEO** per tenir una bona optimització a partir del plugin Yoast SEO, per tal d'obtenir una major visibilitat de la web en els cercadors i a poc a poc estar millors posicionats que la competència. El plugin el que fa és donar-te recomanacions per millorar el posicionament i la llegibilitat del lloc web.
- **S'invertirà en publicitat** a partir de Facebook Ads, TikTok Ads i Google Ads per tal de donar a conèixer el negoci i arribar a més estudiants, així com es destacarà l'aspecte diferenciador de què no s'haurien de preocupar si es quedaran sense residència, ja que es busca assegurar l'allotjament a partir d'una reserva directa.
- S'oferirà un **salari per sobre del salari mínim** per tal de compensar als treballadors la feina extra que puguin tenir inicialment i es contractaran estudiants en pràctiques que puguin ser d'ajuda a l'hora de realitzar les tasques.
- Tenint en compte que les residències tindran el poder de decisió sobre els preus i els serveis que ofereixen es **negociarà** amb elles el nombre de places a oferir, per tal d'aconseguir el nombre màxim de places possibles.

2.3 PORTAFOLI DE PRODUCTES/SERVEIS EN BASE A LA C DEL CONSUMIDOR

El projecte consisteix en una pàgina web de reserva de residències per a estudiants, per tant, el principal consumidor al qual es dirigeix són tots aquells estudiants que vagin a realitzar una **mobilitat en l'estranger**, destacant entre ells, estudiants universitaris que vagin a fer un Erasmus o de màster internacional per Europa, en conseqüència, la mitjana d'edat serà entre els 18 i 26 anys. A més, aquests estudiants tenen un interès a viure aquesta experiència en una residència d'estudiant i disposen d'un bon domini de l'anglès o altres idiomes.

D'altra banda, el client principal són les **residències universitàries** dels països que estiguin dins del programa Erasmus i que tinguin interès a donar-se major visibilitat a partir d'una altra plataforma externa, que els permeti arribar a més persones i obtenir més reserves. Amb elles, es contactarà i es faran diverses reunions perquè col·laborin amb nosaltres, i les que estiguin disposades a formar part pagaran una comissió per ser presents en la plataforma i aconseguir més visibilitat.

La intenció a llarg termini és oferir residències d'estudiants de tots els estats membres de la Unió Europea que participin en el programa Erasmus, els quals segons la pàgina Erasmus+ de la Comissió Europea (*Països admissibles | Erasmus+, s.d.*) els països que

participen són els següents: Bèlgica, Bulgària, Txèquia, Dinamarca, Alemanya, Estònia, Irlanda, Grècia, Espanya, França, Croàcia, Itàlia, Xipre, Letònia, Lituània, Luxemburg, Hongria, Malta, Països Baixos, Àustria, Polònia, Portugal, Romania, Eslovènia, Eslovàquia, Finlàndia i Suècia. A més, també entrarien els següents països tercers Macedònia del Nord, Sèrbia, Islàndia, Liechtenstein, Noruega, Turquia. Però al ser un negoci nou i que acaba de començar, es posaran els **destins més sol·licitats pels estudiants d'Erasmus**, els quals segons l'última actualització de la guia Erasmus de Santander Smartbank sobre els millors països als que anar (Mejores Países a Los Que Ir de Erasmus | Guía Erasmus En Santander Smartbank, 2022.) són els següents: França, Alemanya, Itàlia, Polònia, Portugal, Irlanda, Holanda i Bèlgica.

Centrant-se a descriure en més detall el **servei que s'oferirà**, pel que fa als **estudiants** s'oferirà el servei de **reserva d'allotjament**, un **catàleg** en línia de totes les residències així com de l'estoc disponible i els diferents països, servei **d'atenció al client i gestió de pagaments**, servei de **cancel·lació** en cas que finalment no vulguin l'habitació i la possibilitat de que **valorin la seva experiència** en el lloc web per futurs estudiants. En quant a les **residències**, s'ofereix un servei de **reserva en línia** el que fa que guanyin un major nombre de reserves, també rebran **publicitat gratuïta**, ja que la plataforma es donarà a conèixer a partir de paid media, el que fa que les residències indirectament també es beneficiïn d'aquesta publicitat guanyant notorietat. Per altra banda, també tindran **servei d'atenció al client** per a qualsevol consulta que vulguin fer i **gestió de reserves**, ja que en tot moment sabran com estan anant les vendes.

En quant al lloc web, després d'una pluja d'idees i una recerca de possibles noms per la pàgina web, finalment es dirà **EasyRoom**, pel fet que “easy” en anglès vol dir fàcil i “room” habitació, buscant d'aquesta manera un joc de paraules que doni a entendre la intenció del negoci, la qual és facilitar la reserva de residències d'estudiants.

El logotip del lloc web serà el següent:

- Els colors principals són un degradat de lila i vermell, fent una barreja de colors freds i càlids que transmeten tranquil·litat i excitació, aconseguint d'aquesta manera fer arribar als consumidors aquesta sensació de tranquil·litat per saber on buscar i excitació per aconseguir trobar i reservar la millor residència.

Figura 1. Logotip EasyRoom



Font: Elaboració Pròpia

EasyRoom – Projecte emprenedor

- La icona que apareix és una casa amb moltes finestres i es pot relacionar amb una residència d'estudiants. La qual ja a primera vista, pot donar a entendre als estudiants de què va el negoci.

En la pàgina d'inici del lloc web hi haurà un bàner central amb el nom de la web "EasyRoom", una frase que doni a entendre el valor del negoci "*Busca, encuentra y reserva, así de fácil ;)*" i un buscador on puguis filtrar directament per país o ciutat. Seguidament, es posaran totes les ciutats a les hi ha oferta de residències amb una pregunta inicial "*¿A donde vamos?*", seguit d'una frase que posi "*Elige tu ciudad y nosotros te enseñamos el resto*". A continuació, es mostrarà una residència de cada país que s'ofereix, havent-hi un total de 8 residències i s'introduirà amb una pregunta que posi "*¿A qué esperas?*" seguit d'una frase que posi "*Reserva ya tu residencia de estudiantes perfecta*". Per altra banda, s'explicarà com és el procés per reservar la residència i que és EasyRoom.

Pel que fa a les capçaleres, en la d'inici hi haurà un apartat que posi "Reserva ya", el qual et redirigirà a una pàgina on mostri tots els països que s'ofereixen i totes les residències, a més quan es cliqui en un país es mostraran totes les residències que hi han disponibles i hi haurà un filtre on es pugui filtrar per preu i ciutat. També hi haurà un apartat "Sobre nosotros", "Contacta con nosotros" on principalment s'explicarà que és EasyRoom i com es pot contactar amb nosaltres, així com un formulari de contacte i, per últim un apartat per canviar l'idioma i per iniciar sessió o registrar-se.

Respecte a la capçalera final, apareixeran els enllaços a les xarxes socials que estem presents, concretament Instagram, Tiktok i Facebook, així com el mail i telèfon de contacte, les diferents pàgines que es mostren a la capçalera i la política de privacitat i els termes i condicions d'ús.

A l'hora de servir una residència, el mètode de pagament podrà ser a partir de la targeta, PayPal o transferència bancària mensualment, sempre a través d'una passarel·la de pagament com seria Redsys per transmetre major seguretat. A inici de cada mes hauran de tramitar el pagament i se'ls hi començarà a enviar correus conforme han de pagar una setmana abans. Podran pagar lliurement, però sempre hi haurà una data límit cada mes.

A l'annex 15. Prototip web EasyRoom, es troba el prototip de la pàgina d'inici del lloc web.

2.4 POLÍTICA DE PREUS I PREVISIÓ DE VENDES EN BASE A LA C DE COST

EasyRoom és un model de negoci d'**economia col·laborativa**, ja que actua d'intermediari entre les residències i els estudiants, permetent que puguin veure tota l'oferta d'allotjament que es disposa, comparar preus i residències perquè finalment acabin reservant la que millor s'adapti a les seves necessitats. (La Economía Colaborativa, ¿qué Es y Qué Nos Puede Aportar?, 2022)

Cal destacar que EasyRoom no s'encarregarà d'establir els preus d'aquestes residències, pel fet que això és un factor que tenen elles establert i oferir-les a un preu menor o superior al que ja tenen és una cosa que no els beneficiarà o no els interessarà. Com s'ha esmentat en el punt anterior, es començarà oferint residències estudiantils de França, Alemanya, Itàlia, Polònia, Portugal, Irlanda, Holanda i Bèlgica, pel fet que són els països més sol·licitats a l'hora d'anar-se'n d'Erasmus. En cada país els preus són molt diferents:

- A França les residències públiques estan administrades per les CROUS (centres regionals de les obres universitàries i escolars) i se situen als campus i ciutats. Els preus ronden entre els 120€ i els 350€ mensuals amb una estada mínima de nou mesos. D'altra banda, també disposen de residències privades i aquestes oscil·len entre els 500€ i 700€ al mes sent més barat si són a la província i més car si estan a París. (*Alojamiento para estudiantes en Francia - Francia Guía*, s.d.)
- A Alemanya el preu mitjà d'una residència universitària és de mitjana 256€, incloent-hi despeses addicionals. (*Alojamiento y estudios | Deutsches Studentenwerk*, s.d.)
- A Itàlia el preu oscil·la entre els 300€ i 600€ al mes, depenent de la ubicació i la grandària, serà major o menor. (*Estudiar en Italia: vivienda y costes de vida*, s.d.)
- A Polònia els preus de lloguer d'una residència ronden entre els 80 i 150 euros mensuals segons el tipus d'habitació. (*Alojamiento Para Estudiantes Erasmus En Polonia | Santander Smartbank*, 2022)
- A Portugal, els preus oscil·len sobre els 400€ mensuals i solen incloure les despeses de neteja. (*Alojamiento Para Estudiantes Erasmus En Portugal - Guía Erasmus En Santander Smartbank*, 2022)
- Irlanda és una de les ciutats més cares amb un preu mitjà de 820 euros de despesa mensual. (*Alojamiento Para Estudiantes En Irlanda | Guía Erasmus En Santander Smartbank*, 2022)

- A Holanda, depenent de si l'habitació és compartida o privada els preus oscil·len entre els 475€ i 780€ al mes. (*Coste de vivir y estudiar en una universidad holandesa*, s.d.)
- A Bèlgica, llogar una residència costa des de 200€ fins a 500€ mensuals. (*Estudiar en Bélgica: vivienda y costes de vida*, s.d.)

Si es té en compte a la competència, els preus de residències solen ser els mateixos, però hi ha empreses com Housing AnyWhere, Duwo o Room que primer et fan pagar una tarifa de subscripció que oscil·la entre els 40 i 60€ i després se li ha d'afegir el preu de la residència i comissions.

D'altra banda, els guanys s'obtidran a partir d'una **quota mensual** que pagaran les **residències** cada cop que un estudiant reservi plaça. Pel que, centrant-nos en els models de negoci de Booking i Airbnb; Booking cobra una comissió per reserva als seus amfitrions d'entre el 10% i el 20% i en hotels del 15% podent augmentar a un 18% (*Tarifas de Booking.com: ¿qué son y cómo se calculan?* | *Your.Rentals*, s.d.). Airbnb cobra als seus amfitrions una tarifa del 3% i als hostes un 14% de comissió del subtotal de la reserva (*¿Cuánto cobra Airbnb a los anfitriones?* - Centro de recursos - Airbnb, s.d.).

Algunes empreses competidores segueixen el model de negoci d'Airbnb, cobrant una comissió als estudiants per reservar. Per exemple University Room cobra 10€ per despeses de gestió, Resa 75€ de comissió i Erasmusu una comissió que ronda sobre els 200€ depenent del preu de l'allotjament.

Per tant, tenint en compte a la competència i a grans empreses del sector, es fixaran els preus amb **relació a la competència**, cobrant d'aquesta manera una **comissió del 10% a les residències** i una **comissió de 30€** als estudiants que reservin plaça, tenint unes comissions més baixes que la majoria dels competidors.

Arribat a aquest punt passem a **analitzar la viabilitat i determinar la previsió de vendes**:

Per a calcular les projeccions a tres anys vista s'ha tingut en compte la situació i la grandària de mercat actual. Actualment, existeixen 1.589.092 milions d'estudiants d'universitat i màster³ i d'aquests en el curs 2021-2022 se n'han anat a estudiar fora

³ Estadística de estudiantes -. (s.d.). Recuperat 2 desembre 2022, de <https://www.universidades.gob.es/estadistica-de-estudiantes/>

d'Espanya 18.236 estudiants⁴ i en el TecnoCampus concretament van arribar a marxar 105 estudiants, la qual cosa representa un 0,58% respecte al total d'estudiants que se'n van anar fora de tota Espanya.

En la fase inicial del llançament de l'aplicació al mercat, l'objectiu principal serà donar a conèixer com de fàcil és reservar una residència amb EasyRoom i els beneficis d'aquesta. Si es defineix en termes quantitius els objectius perseguits en els cinc anys vista a 2022, s'espera aconseguir els següents en els semestres:

Primer semestre:

- Col·laborar amb un mínim de 6 residències de cada país.
- Aconseguir un mínim de 450 reserves en els sis primers mesos
- Obtenir una puntuació mitjana de 4 estrelles en les valoracions de la web.
- Aconseguir 5.000 seguidors en Instagram i 10.000 seguidors en TikTok.

Previsions:

Al TecnoCampus hi han matriculats aproximadament 3.688 estudiants, dels quals, durant el curs 2020-2021 van marxar d'Erasmus un total de 105 estudiants. És per això que es farà una **landing page** com a **testeig** amb els estudiants que vulguin marxar fora aquest pròxim any, per conèixer amb més profunditat que és el que busquen en una pàgina de reserva de residències, el país al que volen marxar i les seves necessitats principals.

A més, s'ha realitzat una **previsió de vendes dels tres primers anys** a partir de tres escenaris; un **optimista** en què s'esperen que dels 9.150 estudiants al que es poden donar servei tenint en compte la proporció del mercat, reservin una residència un mínim de 1000 d'ells, tenint 6 residències per país i 25 places en cadascuna d'elles, amb un creixement del 10% el segon any i del 20% el tercer any. Un escenari **pessimista** on només reservin plaça una mitja de 100 estudiants del TecnoCampus i només es tindran 3 residències de cada país amb 10 places en cadascuna d'elles i el creixement respecte al primer any serà només d'un 10% . En últim lloc, s'ha realitzat un escenari **realista**, el qual són les vendes que s'esperen tenir durant els tres primers anys, on reserven una mitja de 450 estudiants, entre ells estarien els del TecnoCampus i estudiants d'universitats i màster en general i es tindrà conveni amb un mínim de 6 residències per país i 10 places en cadascuna d'elles. Respecte als dos pròxims anys, s'espera que el negoci es vagi fent més conegut i, per tant, hi hagi un nombre major de persones

⁴ Estadísticas de Educación. EDUCAbase. (s.d.-a). Recuperat 27 novembre 2022, de http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Universitaria/Internacionalizacion/2021/Estudiantes_Internacionales//10/&file=Salida_Tot.px

interessades, és per això que s'augmentarà tant el nombre de places com de països oferits en els dos pròxims anys i s'espera que el nombre de reserves augmenti a 580 durant el segon any i a 700 el tercer any.

Cal destacar que en tots els escenaris el preu mitjà de les residències és de 475€ mensuals i els països en què s'oferirà servei són els 8 països esmentats anteriorment.

A l'annex 16. Taules previsió de vendes de l'escenari pessimista, optimista, realista, es pot trobar els càlculs de les previsions de vendes de tots els escenaris.

Costos a tenir en compte:

Els principals costos a tenir en compte a l'hora d'establir el preu són, per un costat **col·laboracions amb micro-influencers**, destinant durant 6 mesos 3000€ al mes, perquè promocionin el lloc web i aportin tràfic a aquest. També s'invertiran 500€ en **publicitat en els mitjans de pagament** (Google Ads) on a partir de desembre augmentarà el pressupost un 40% a causa que a partir d'aquest període és quan els estudiants ja comencen a prendre decisions sobre realitzar una mobilitat a l'estranger i a partir de febrer l'augment en el pressupost no serà superior al 8% durant els pròxims mesos, arribant a disminuir en els mesos d'estiu pel fet que en aquests mesos la gent ja hauria de tenir el tema de l'allotjament solucionat. Es farà **publicitat en xarxes socials**, de la qual també s'espera generar ingressos, on es començarà amb una tarifa base de 150€ mensuals en publicitat en les xarxes socials i una vegada l'abast, les subscripcions i les reserves en la web vagin augmentant, també ho faran aquestes arribant així a un segon semestre del qual es parteix de 450€ mensuals i que anirà augmentant un 4% mensualment fins a arribar a un 15% en l'últim any.

A més, pel correcte desenvolupament i control de contingut dins de la web, serà necessari comptar un **treballador** en el departament de màrqueting, un amb un salari de 1.706,26€ bruts i un altre com a estudiant de pràctiques amb un salari de 500€ bruts, també es contractarà a un administratiu amb un salari de 1.706,26€ bruts. A més, serà necessari un espai on treballar, el qual serà la incubadora del TecnoCampus amb un cost mensual de 206,10€.

2.5 CANALS DE DISTRIBUCIÓ EN BASE A LA C DE CONVENIÈNCIA DEL CONSUMIDOR

EasyRoom és un model de negoci molt semblant al que ofereixen grans companyies com Airbnb o Booking, aquests dos models de negocis es comuniquen a partir d'un canal B2C, pel fet que tots dos ofereixen principalment hotels dirigits als seus

consumidors (*Booking vs Airbnb - EL CASO DE AIRBNB - ECONOMÍA COLABORATIVA*, s.d.). Per tant, si ens centrem en el fet que EasyRoom és una plataforma que ofereix residències als estudiants, també es comunica a partir d'un **canal B2C**, per la qual cosa serà molt necessari transmetre als consumidors els valors de l'empresa, fer que confiïn en ella i se sentin en el centre del negoci.

Per això haurà de treballar-se la comunicació corporativa des d'un to pròxim i professional, perquè s'identifiqui a la companyia com una font de confiança i seguretat. I tota aquesta comunicació, haurà de realitzar-se pensant en tot moment en el que necessita el client. D'aquesta manera, per a acostar-nos a ells i resoldre'ls tots els dubtes que puguin tenir sobre la web, es treballarà en la promoció a través de canals offline i online.

A nivell de **canals offline**, se centrarà únicament en la promoció que donin les universitats espanyoles als estudiants que vagin a realitzar una mobilitat internacional. Al final, les universitats busquen que els estudiants aconseguixin dur a terme la seva estada en l'estranger i volen ajudar-los en tot el que puguin. L'allotjament és un tema que se'ls escapa i no tenen tants mitjans per a oferir, és per això que amb aquesta web els permetrà tenir un mitjà per recomanar-los, ja que els servirà per poder buscar residències en funció del país i ciutat al qual vagin i seleccionar la que major s'adapti a les seves necessitats, sense necessitat de buscar en pàgines poc fiables i que no assegurin l'allotjament.

D'altra banda, de cara als **canals online**, se centrarà en la creació de perfils en xarxes socials, concretament en Instagram, TikTok i Facebook:

- En **Instagram** es compartiran diferents tipologies de publicacions: vídeos mostrant el funcionament de la web i els països i residències que s'ofereixen, entre altres; *post* que parlin de la web, amb una bona frase i cridin l'atenció al client, *post* que mostrin els països que s'ofereixen i opinions i valoracions de clients. A més es buscarà tenir una estètica moderna i juvenil que cridi l'atenció visualment.
- En **TikTok** es compartiran vídeos que mostrin el funcionament del lloc web, s'ensenyaran tots els països que s'ofereixen i les possibles experiències que poden viure en ells, així com es mostrarà la varietat de residències que hi ha en cada país. A més, es motivarà als usuaris a què entrin al lloc web i reservin amb temps perquè no es quedin sense.

- A **Facebook**, es realitzaran únicament publicacions informant de la disponibilitat de països i residències que s'ofereixen, així com es parlarà del lloc web perquè els usuaris vagin coneixent-la i entrant en confiança, a més es participarà en diversos grups d'estudiants donant a conèixer la web. Cal tenir en compte que és una xarxa social que ja no té el mateix auge que pot tenir Instagram i Tiktok entre els joves, però a l'hora de buscar allotjament en l'estranger els estudiants acudeixen a ella i s'uneixen a diversos grups per a obtenir informació i saber on buscar.

En totes les xarxes socials es faran **campanyes de publicitat**, amb l'objectiu principal de generar notorietat i posicionament del lloc web, invertint uns 150€ setmanals en cada plataforma. A més en Instagram i Tiktok es buscarà col·laborar amb micro-influencers que estiguin interessats a fer un Erasmus o un màster en l'estranger perquè promocionin el lloc web, ja que, segons l'estudi IAB Spain (IAB SPAIN PRESENTA EL 'ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2022' | IAB Spain, 2022) 1 de cada 2 usuaris segueix a un influencer en les xarxes social i el 32% les utilitza per seguir a marques.

Finalment, es realitzarà publicitat en mitjans pagats durant els primers mesos de llançament, concretament a través de Google Ads, per a generar molt més impacte i es faran campanyes d'e-mail màrqueting amb Mailchimp.

2.6 PLA DE COMUNICACIÓ DEL PRIMER ANY

Com s'ha mencionat en el punt anterior, les **xarxes socials** que s'utilitzaran per comunicar-se i arribar als futurs consumidors són **Instagram, TikTok i Facebook**. S'han escollit aquestes degut a que Instagram és un bon lloc per les empreses a l'hora de demostrar la qualitat i l'atractiu dels productes, TikTok està en ple auge i és una de les xarxes socials més utilitzades per joves i Facebook és una bona xarxa a l'hora de trobar grups d'estudiants i arribar a més gent, però no és tan utilitzada per joves (*Redes sociales más utilizadas - España 2022 | Tíndalos, s.d.*). A més es faran accions a nivell de publicitat, lloc web i e-mail màrqueting per tal d'arribar a més gent i obtenir un major nombre de conversions.

Cal destacar que segons l'estudi de les xarxes socials l'any 2022 de IAB Spain (IAB SPAIN PRESENTA EL 'ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2022' | IAB Spain, 2022), WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube i Twitter són els líders de les xarxes socials a Espanya, sent Instagram i TikTok les que més han crescut aquest any, amb un 66% i 25% respectivament.

Pel que fa a les accions que es duran a terme des d'abans del llançament fins un cop ja hagin comprat, es faran tenint en compte el **funnel de vendes**, seguint cadascuna de les fases de consciència, consideració, conversió i fidelització, respectivament.

En la fase de pre-venda, la **setmana abans del llançament** es treballarà la part de consciència i consideració amb l'objectiu de donar major visibilitat al negoci, és a dir, es treballarà una comunicació propera, donant consciència del negoci realitzant publicacions en les xarxes socials, concretament en Instagram i TikTok i fent promoció d'aquestes, creant un interès en els futurs clients i creant-los la necessitat de voler saber més sobre el negoci:

- A **Instagram** es faran diverses publicacions orgàniques creant intriga sobre el que vindrà, donant a entendre una mica sobre de què va el negoci i informant sobre la data de llançament del lloc web. A més es publicarà un *story* amb un compte enrere per a la data de llançament i es realitzaran uns altres *stories* buscant interactuar amb els usuaris fent-los preguntes sobre el tipus de negoci que s'esperen.
- A **TikTok** es penjaran diversos vídeos amb la intenció d'informar els usuaris de la nova plataforma que es llançarà, informant de la data i donant-los petites pistes sobre el tipus de negoci. A més, aquests vídeos es promocionaran durant aquesta setmana per a aconseguir arribar a més gent.

Un cop es publiqui la web, entrariem en la segona **fase de durant la venda**, on les accions estarien enfocades tant en la **consideració** com en la **conversió**, fent que el client potencial ens tingui en consideració a l'hora de reservar una residència i que finalment faci el pas de convertir-se en un client real fent la reserva, utilitzant "*call to actions*" que incitin a la compra i saber més del que s'ofereix. Per tant, per aconseguir-ho, es realitzaran accions en les xarxes socials, en el lloc web i en els canals offline.

En l'àmbit de xarxes socials es faran les següents **accions** per arribar a la gent i mantenir-los:

- A **Instagram** es faran publicacions diàries amb un estil juvenil, proper i mantenint el mateix estil en totes per aconseguir un *feed* cuidat. Es realitzarà un mínim de dos *stories* al dia, on es buscarà principalment interactuar amb l'usuari a partir de fer-lis preguntes, qüestionaris i creant una dinàmica que els hi faci confiar en nosaltres i que ens tinguin presents a l'hora d'escollit allotjament i es publicaran un mínim de dos *reels* o IGTV a la setmana, seguint la mateixa tipologia de contingut que les publicacions. A més es faran vídeos en directe un cop al mes per poder resoldre de primera mà els principals dubtes que puguin tenir i conèixer la seva opinió.

- A **TikTok** es faran com a mínim 3 vídeos per setmana informant dels aspectes claus de la web, com són els països que s'ofereixen, de què va, etc. En els vídeos s'utilitzaran les cançons i hashtags que més estiguin de moda per aconseguir que els vídeos es viralitzin i arribin a molta més gent. A més es farà inversió publicitària per atraure més visites al lloc web i millorar les possibilitats d'obtenir seguidors.
- A **Facebook** es faran una mitja de dues publicacions setmanals informatives sobre que és EasyRoom i informant sobre com contactar. A més es participará en tots els grups d'estudiants d'Erasmus, es farà una publicació setmanal informant de la web i es respondran tots els missatges que preguntin sobre com trobar allotjament recomanant la pàgina web.
- Es farà **publicitat pagada** a partir de **Facebook i TikTok Ads** personalitzant-la a partir del públic objectiu al que es dirigeix, els quals són joves d'entre 18 i 26 anys amb interessos de viatjar, conèixer noves cultures, estudiar a l'estranger i que hagin començat els estudis universitaris. Cal destacar que, segons l'estudi de IAB Spain (IAB SPAIN PRESENTA EL 'ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2022' | IAB Spain, 2022) a un 26% dels usuaris li agrada veure anuncis amb continguts que vagin acord als seus interessos. A més hi haurà publicacions que es promocionaran, ja que estaran destinades a arribar a un major nombre de persones i parlaran d'aspectes claus del negoci que puguin captar l'atenció dels futurs consumidors.
- Un cop el negoci vagi arribant a més gent i vagi sent més conegut, es realitzarà **publicitat amb influencers**, concretament amb joves que estiguin en la seva etapa universitària, que els hi agradi viatjar, conèixer noves cultures i que estiguin interessades a fer un Erasmus. Els perfils que millor s'adapten són *@aitanaasoriano* amb 407 mil seguidors a Instagram i 873 mil a TikTok, *@meryyrodriguez* amb 179 mil seguidors a Instagram i 549 mil a TikTok i *@elenagortarii* amb 390 mil seguidors a Instagram i 797 mil a TikTok, les tres mostren a les xarxes un gran interès en viatjar i es mostren transparents i properes als seus seguidors, a més l'Aitana Soriano ja va estar un any estudiant a Estats Units i ha manifestat bastants cops per les xarxes que li agradaria tornar a viure una experiència per l'estil, per la qual cosa és una influencer molt potencial pel negoci. El que es buscarà és que publicitin la pàgina web a partir de TikTok fent un o dos vídeos i *stories* d'Instagram, explicant el funcionament de la web i els seus beneficis.

Les accions que es faran de cara **al lloc web** per mantenir i aconseguir nous consumidors són les següents:

- Es treballarà el **posicionament SEO** a partir del plugin Yoast SEO, per tenir una bona optimització de les pàgines a partir d'escollir les imatges i paraules claus més adequades i es descriuran les pàgines incloent les paraules clau, per tal d'obtenir una major visibilitat de la web en els cercadors, obtenint d'aquesta manera una major visibilitat de la web.
- S'invertirà mensualment en **Google Ads**, concretament a les campanyes de search per tal d'aconseguir un major tràfic i visites en el lloc web i les campanyes de display, per tal de realitzar anuncis amb imatges i vídeos i aconseguir més probabilitats de conversió.

En últim lloc, a aquells clients que es registrin en el lloc web i deixin les seves dades es farà **e-mail màrqueting** a través de la plataforma Mailchimp, per tal d'aconseguir més vendes i conversions. Se segmentarà segons el país al que se'n van i se'ls motivarà a viure l'experiència reservant l'allotjament amb EasyRoom.

També s'han de tenir en compte les accions que es realitzaran amb les universitats espanyoles, que en aquest cas, només es realitzaran accions un cop el negoci s'hagi llençat:

- Es contactarà amb el departament de relacions internacionals de les universitats espanyoles abans de l'assignació de destins d'Erasmus, per ensenyar-lis el lloc web i explicar-lis el funcionament.
- Seguidament, en les reunions d'Erasmus que es realitzin, s'anirà a la reunió per presentar-lis el lloc web als estudiants. Es tindrà en compte un pressupost mensual de 200€ per despeses de desplaçament i allotjament durant les reunions.
- En últim lloc, el departament de relacions internacionals enviarà un correu als estudiants amb la informació del lloc web i el número i correu de contacte.

Finalment, en la fase **post-venda** es realitzaran accions per **fidelize** als clients i **mantenir** als clients reals. En primer lloc, es treballarà un servei d'atenció al client personalitzat per qualsevol dubte o problema que puguin tenir un cop hagin efectuat el pagament, així com un control de com està anant l'estada en la residència. Per altra banda, un cop hagin finalitzat l'estada se'ls enviarà una enquesta de valoració que també serà molt útil als futurs estudiants, així com diversos correus electrònics informant de les novetats i oferint descomptes per futures estades.

A l'annex 17. Prototips xarxes socials es troben els prototips de possibles publicacions i històries d'Instagram, la pàgina d'inici de Facebook, temàtiques de vídeos de TikTok, anuncis en Google Ads, una campanya d'e-mail màrqueting i una landing page.

A continuació, s'ha realitzat el pressupost de màrqueting de cara a tres anys, amb les accions que s'han esmentat anteriorment en les 4C's del màrqueting mix, on finalment les despeses en màrqueting del primer any són de 56.250€, el segon any de 73.600€ i el tercer any de 73.600€:

Taula 6. Pressupost de costos per al primer any del pla de màrqueting

	PRESSUPOST PLA DE MÀRQUETING ANY 1												TOTAL	
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost		
1. ACCIONS SOBRE PRODUCTE	900 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	2.000 €
1.1 ACCIONS SEGONS LÍNIA DE PRODUCTE	900 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	
1.1.1. Disseny i desenvolupament web	800 €													
1.1.3. Manteniment de la pàgina web	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	
2. ACCIONS SOBRE PREUS														
2.1 FONTS D'INGRÉS														
2.2 FIXACIÓ DE PREUS														
3. ACCIONS SOBRE COMUNICACIÓ	2.600 €	1.100 €	1.100 €	4.500 €	4.800 €	4.950 €	9.200 €	5.600 €	5.600 €	5.550 €	5.550 €	2.400 €	53.050 €	
3.1 ACCIONS RRPP (patrocinis)	500 €	500 €	500 €	3.700 €	3.700 €	3.750 €	3.800 €	3.800 €	3.800 €	3.750 €	3.750 €	600 €		
3.1.3. Col·laboracions amb influencers	0 €	0 €	0 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	0 €		
3.1.4. Publicitat en mitjans pagats	500 €	500 €	500 €	700 €	700 €	750 €	800 €	800 €	800 €	750 €	750 €	600 €		
3.2 XARXES SOCIALS	300 €	300 €	300 €	400 €	600 €	600 €	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €		
3.2.1. Campanyes de mailing	0 €	0 €	0 €	0 €	100 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €		
3.2.2. Activació de xarxes socials														
3.1.3. Facebook Ads	150 €	150 €	150 €	200 €	250 €	300 €	450 €	450 €	450 €	450 €	450 €	450 €		
3.1.3. Tiktok Ads	150 €	150 €	150 €	200 €	250 €	300 €	450 €	450 €	450 €	450 €	450 €	450 €		
3.3 WEB	750 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	300 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €		
3.2.2. Imatges/Vídeos	750 €						300 €							
3.3 PROMOCIÓ	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €		
3.3. Sorteig							1.500 €							
4. ACCIONS SOBRE COMERCIALIZACIÓ	80 €	280 €	200 €	0 €	40 €	200 €	200 €	0 €	0 €	200 €	0 €	0 €	1.200 €	
4.1 ACCIONS DE CAPTACIÓ DE CLIENTS	80 €	280 €	200 €	0 €	40 €	200 €	200 €	0 €	0 €	200 €	0 €	0 €		
4.1.1. Generació de bases de dades														
4.1.2. Visites comercials a universitats		200 €	200 €			200 €	200 €			200 €				
4.1.3 Creació de flyers i materials visuals	80 €	80 €			40 €									
TOTAL	3.580 €	1.480 €	1.400 €	4.600 €	5.040 €	5.250 €	9.500 €	5.700 €	5.700 €	5.850 €	5.650 €	2.500 €	56.250 €	

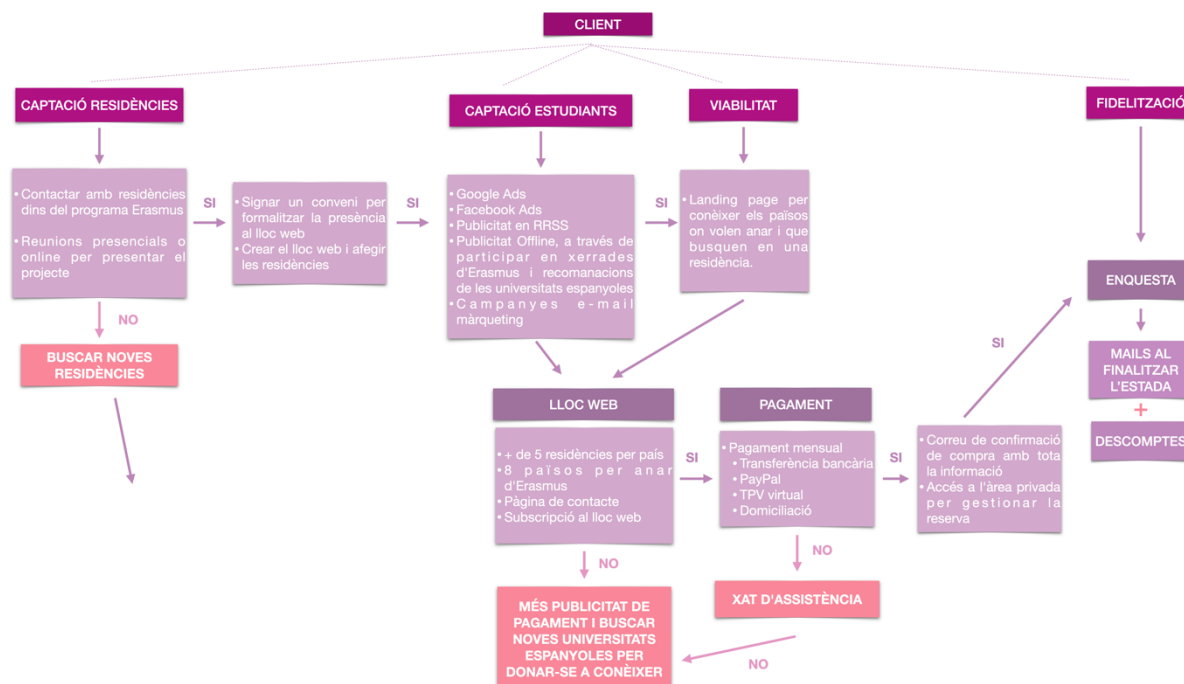
Font: Elaboració pròpia

A l'annex 18. Pressupost de costos per al segon i tercer any del pla de màrqueting es pot observar els càlculs del pressupost del pla de màrqueting del segon i tercer any.

3. PLA D'OPERACIONS

3.1 PROCÉS DE PRODUCCIÓ DEL SERVEI

Gràfic 3. Flux d'operacions



Font: Elaboració pròpia

L'explicació detallada de l'esquema del **flux d'operacions** determinant els processos a seguir per l'empresa des de la captació del client, la venda i fins a la postvenda es pot trobar a l'annex 19. Explicació detallada del flux d'operació.

3.2 ACTIVITATS CLAU DEL PROCÉS DE PRODUCCIÓ

Les activitats clau més rellevants per dur a terme el procés de producció són contactar amb residències internacionals, creació i manteniment de la pàgina web, donar-se a conèixer en les universitats espanyoles i en les xarxes socials. Totes aquestes activitats es faran de manera interna en l'equip d'EasyRoom i, per altra banda, s'ha establert un pla de contingència en cadascuna d'elles per evitar possibles problemes. A l'annex 21. Activitats claus i pla de contingència es pot veure l'explicació detallada de les activitats claus i del pla de contingència de cadascuna d'elles.

3.3 RECURSOS CLAU

Seguidament, es mostren els principals recursos clau amb la finalitat d'obtenir un correcte desenvolupament de les activitats claus per tal d'aconseguir un bon funcionament del negoci i assolir alts nivells de rendiment per tal de créixer adequadament. A l'annex 22. Recursos claus i pla de contingència es pot veure l'explicació detallada dels recursos claus i del pla de contingència de cadascun d'ells.

3.4 PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ

En últim lloc, es mostra el **pressupost de producció** on es detallen els costos i recursos necessaris per al desenvolupament d'EasyRoom. Finalment, el primer any hi hauran unes despeses de producció de 154.121,53€ on el 3,03% són costos fixos i el 96,97% costos variables. Aquestes despeses creixen un 6% i un 22% en els següents anys.

Taula 7. Pressupost de producció

PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ			
1. COSTOS FIXOS	ANY 1	ANY 2	ANY 3
1.1 RECURSOS MATERIALS			
1.1.1 Incubadora TecnoCampus	2.473,20 €	3.022,80 €	3.847,20 €
1.1.2 Amortització ordinadors	625 €	625 €	625 €
TOTAL RECURSOS MATERIALS FIXOS	3.098,20 €	3.647,80 €	4.472,20 €
1.2 RECURSOS IMMATERIALS			
1.2.1 Ionos	1,21 €	116,16 €	116,16 €
1.2.2 Manteniment lloc web	1.200 €	1.200 €	1.200 €
1.2.3 Connexió a Internet + wifi	371,40 €	371,40 €	371,40 €
TOTAL RECURSOS IMMATERIALS FIXOS	1.572,61 €	1.687,56 €	1.687,56 €
TOTAL COSTOS FIXOS	4.670,81 €	5.335,36 €	6.159,76 €
2. COSTOS VARIABLES			
2.1 RECURSOS MATERIALS			
2.1.1 Creació de flyers i material visual	200 €	250 €	300 €
2.1.2 Cost dels treballadors	131.825,72 €	139.592,72 €	184.485,20 €
TOTAL RECURSOS MATERIALS VARIABLES	132.025,72 €	139.842,72 €	184.785,20 €
2.2 RECURSOS IMMATERIALS			
2.2.1 Publicitat en mitjans pagats	8.150 €	8.150 €	8.300 €
2.2.2 Facebook Ads	3.900 €	4.200 €	4.400 €
2.2.3 TikTok Ads	3.900 €	4.200 €	4.400 €
2.2.4 Campanyes email màrqueting	100 €	300 €	620 €
2.2.5 Despeses de desplaçament	1.000 €	1.200 €	1.400 €
2.2.6 Programa de formació per l'equip EasyRoom	375 €	375 €	375 €
TOTAL RECURSOS IMMATERIALS VARIABLES	17.425 €	18.425 €	19.495 €
TOTAL COSTOS VARIABLES	149.451 €	158.268 €	204.280 €
TOTAL COSTOS FIXOS + VARIABLES	154.121,53 €	163.603,08 €	210.439,96 €

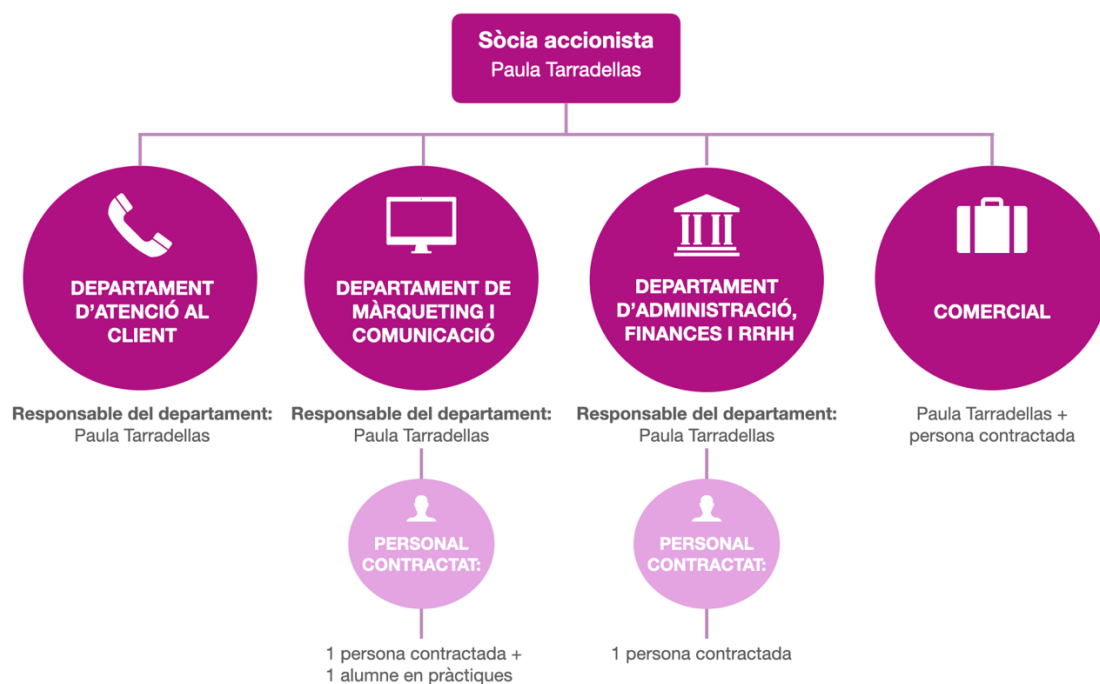
Font: Elaboració pròpia

4. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

4.1 ORGANIGRAMA

L'organigrama actual d'EasyRoom és de petita dimensió, pel fet que es troba a la fase inicial del projecte i a mesura que el negoci vagi creixent, també anirà augmentat el nombre de treballadors:

Gràfic 4. Organigrama EasyRoom



Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar l'organigrama és **vertical amb dependència jeràrquica** en el departament de màrqueting i comunicació i d'administració, finances i recursos humans, amb l'objectiu de tenir el màxim rendiment possible i que es mantingui un ordre comunicatiu. Cal destacar que totes les persones seran participes de tot el projecte per tal de poder transmetre els valors de la marca i ser coherents en tot moment.

El **comitè directiu** està format per una sòcia accionista, la qual és responsable de la gestió i la presa de decisions amb la finalitat de recollir informació de les diferents àrees i compartir-ho en les **reunions setmanals que es faran a inici de setmana** amb tots els departaments i treballadors involucrats. Aquestes reunions, tal com s'ha mencionat seran setmanals tant de manera individual amb cada departament, com amb tota l'empresa pel fet d'aconseguir una bona sinergia i aconseguir aquesta coherència en tots els departaments, així com una comunicació transversal i que tots els departaments estiguin informats de l'activitat de l'empresa i dels projectes que s'estan realitzant. Cal destacar que aquestes reunions permetran actuar ràpid en cas que algun treballador tingui o detecti algun problema i poder atendre a les seves necessitats, transmetent d'aquesta manera un bon ambient de treball on destaquï la col·laboració i la comunicació.

A més, la sòcia accionista serà la responsable de comptar amb totes les llicències, permisos i normatives adequades que siguin necessàries per poder llançar al mercat EasyRoom.

En definitiva, pel correcte funcionament i desenvolupament de l'empresa es poden considerar quatre departaments:

- **Departament d'atenció al client**, el qual se centra en oferir un servei de qualitat al client, poder resoldre els dubtes dels clients amb rapidesa i evitar qualsevol problema que pugui ocórrer durant la reserva de residències.
- **Departament de màrqueting i comunicació**, el qual és molt important per l'empresa, sobretot en la primera fase de llançament per tal que la gent pugui rebre el missatge que transmet la companyia i sobretot causar interès en les persones.
- **Departament d'administració, finances i RRHH**, per tal de portar un ordre en els comptes i administrar correctament totes les gestions necessàries.
- **Departament comercial**, el qual és vital a l'hora de donar-se a conèixer en les universitats i contactar amb les futures residències que vagin a participar en el lloc web.

4.2 FUNCIONS I TASQUES

Seguidament, a l'annex 23. Funcions i tasques es detallaran els llocs de treball, així com les tasques i activitats principals. Cal destacar que en ser un negoci de nova creació gran part de les tasques seran gestionades per la sòcia accionista del negoci.

A més, s'ha realitzat un **pla de formació** amb la finalitat de fomentar les capacitats personals i laborals dels treballadors:

Primer de tot, es contractarà la versió plus anual de l'aplicació **Coursera**, la qual ofereix un accés il·limitat a més de 7000 cursos pràctics, projectes i certificats per fomentar l'aprenentatge i la preparació laboral (*Coursera Plus | Acceso ilimitado a 7,000+ cursos en línea*, s.d.). Aquest servei l'utilitzaran tots els membres de l'equip d'EasyRoom per anar adquirint majors coneixements en el seu sector.

Per altra banda, l'equip és el més important de la companyia i si no està en harmonia i cohesió el negoci no tirarà endavant, és per això que es buscarà fomentar el **team building** per tal d'augmentar la proactivitat i reforçar l'equip. Es farà una activitat mensual com seria anar a una scape room, jocs de confiança, sopar d'empresa, jocs de comunicació o jocs dinàmics que impliquin resoldre un repte, entre d'altres.

4.3 POLÍTICA RETRIBUTIVA

Per tal de poder definir correctament la política retributiva dels treballadors d'EasyRoom es tindrà en compte el conveni col·lectiu estatal per les empreses de publicitat, publicat al BOE el 10 de febrer de 2016⁵ on van revisar i subscriure taules el 13 de juliol de 2022⁶ amb la finalitat de poder especificar correctament els salaris base de cadascun dels treballadors i que aquests rebin els beneficis i la motivació corresponent.

Per tant, les principals polítiques generals a tenir en compte són:

- **Salari base:** tal com s'ha mencionat anteriorment, el salari base de cada treballador s'especificarà en funció del conveni col·lectiu estatal per les empreses de publicitat, on s'estableixen les bases salarials per cada lloc de treball.
- **Formació:** tots els treballadors d'EasyRoom tindran accés a una formació on podran millorar els seus coneixements i adquirir de nous.
- **Teletreball:** l'equip tindrà possibilitat de fer teletreball un cop a la setmana i sempre que per situacions especials no puguin assistir a la feina presencialment. A mesura que el negoci vagi creixent el nombre de dies de teletreball augmentarà.
- **Recompenses i bonificacions:** en cas que l'empresa superi els objectius marcats, els treballadors rebran una bonificació monetària d'acord amb els beneficis obtinguts. És a dir, si al final de l'any els beneficis són 2.000€ més que els esperats, aquests 2.000€ seran repartits a parts iguals entre tots els treballadors d'EasyRoom com a recompensa per tot l'esforç i treball realitzat.
- **Salari emocional:** per tal d'aconseguir la motivació i les ganes de l'equip, sempre es tindran en compte les necessitats de cada persona, es valorarà la seva feina i es reconeixerà el seu esforç. En cas que sigui necessari i el treballador ho desitgi, es podran augmentar els dies de teletreball, a més si la persona s'ha esforçat molt durant el mes i ha superat els seus objectius, durant la primera setmana del mes següent podrà plegar una hora abans.
- **Bon ambient laboral:** es mantindrà una comunicació activa, es treballarà en equip i es tindran en compte les idees i/o opinions de cadascun dels membres per tal que se sentin part del projecte i que les seves propostes es tenen en compte. A més, per reforçar al grup es duran a terme activitats fora de l'àmbit

⁵ Núm. (2016). Disposición 1290 del BOE núm. 35 de 2016. <http://www.boe.es>

⁶ de Trabajo, M., & Social, Y. E. (2022). III. OTRAS DISPOSICIONES ACTA DE LA REUNIÓN DE LA COMISIÓN NEGOCIADORA DEL CONVENIO COLECTIVO ESTATAL PARA LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD. <https://www.boe.es>

laboral per adquirir una major confiança, comunicació i motivació, com per exemple podria ser fer un sopar d'empresa o anar a un *scape room*.

4.4 VALORACIÓ ECONÒMICA DEL PLA DE RRHH

A continuació es mostra la **valoració econòmica** del pla de recursos humans dels tres primers anys, on s'ha tingut en compte el **28,30% de contingències comuns** (23,6% a càrrec de l'empresa i 4,7 a càrrec del treballador) **les quals fan referència a un accident o malaltia no relacionada amb el lloc de treball, la taxa de desocupació d'un 7,05%** (5,05% a càrrec de l'empresa i 1,55 a càrrec del treballador), **el fons de garantia salarial (Fogasa) que té com a funció garantir als treballadors la percepció dels salaris, en cas d'insolvència o suspensió de pagaments entre altres**, el qual és un 0,20% a càrrec de l'empresa i un **0,70% de formació professional** (0,6% a càrrec de l'empresa i 0,1 a càrrec del treballador) ⁷

Cal destacar que els treballadors obtindran un total de **14 pagues mensuals** amb un contracte laboral de **jornada completa**, menys l'estudiant amb contracte de pràctiques que treballarà 5 hores al dia. La sòcia accionista, en ser la responsable de tots els departaments de l'empresa, només rebrà un salari que englobi a tots els departaments d'EasyRoom amb **12 pagues fixes mensuals**.

En la primera taula es pot observar el **cost de recursos humans per part de l'empresa**, contemplant les despeses fixes i les variables del primer any, les quals si es té en compte que a part de la sòcia es tindrà 3 treballadors contractats i un estudiant en pràctiques, així com un programa de formació pel personal contractat, el cost per l'empresa serà de 132.200,72€ el primer any.

Aquest cost s'ha calculat en base al salari base dels treballadors, on la sòcia accionista cobraria mensualment 2.014,36€, el treballadors 1.706,26€ mensuals i l'estudiant en practiques 500€ al mes. A partir d'aquí s'ha multiplicat el 23,6% de contingències comuns a càrrec de l'empresa, un 0,20% de FOGASA, 0,6% de formació professional, 5,05% de taxa per desocupació, on s'hi es sumen tots aquests aspectes s'obtidria el total a cotitzar per cadascun dels treballadors tal i com es pot veure a la taula 8 i finalment el salari de la sòcia accionista suposaria un cost per l'empresa anualment

⁷ BOE-A-2023-2472 Orden PCM/74/2023, de 30 de enero, por la que se desarrollan las normas legales de cotización a la Seguridad Social, desempleo, protección por cese de actividad, Fondo de Garantía Salarial y formación profesional para el ejercicio 2023. (s.d.). Recuperat 23 febrer 2023, de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-2472

EasyRoom – Projecte emprendedor

31.291,07€, el salari dels tres treballadors implicaria un cost per l'empresa de 92.767,65 € i l'estudiant en pràctiques té un cost anual per part de l'empresa de 7.767€.

Taula 8. Pressupost RRHH per part de l'empresa

PRESSUPOST RECURSOS HUMANOS PER PART DE L'EMPRESA										
DESPESES FIXES	CATEGORIA	SALARI BASE	CONTINGÈNCIES COMUNS 23,6%	FOGASA 0,20%	FORMACIÓ PROFESSIONAL 0,6%	DESOCUPACIÓ 5,05%	TOTAL COTITZACIÓ	COST EMPRESA MENSUAL	COST EMPRESA ANUAL	
1.	Responsable departaments EasyRoom	2.014,36 €	475,39 €	4,03 €	12,09 €	101,73 €	593,23 €	2.607,89 €	31.291,07 €	
1.1	Responsable departament d'atenció al client									
1.2	Responsable departament de màrqueting i comunicació									
1.3	Responsable departament d'administració, finances i RRHH									
1.4	Responsable del departament comercial									
2.	Treballador departament de màrqueting	1.706,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
3.	Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.767,00 €	
4.	Treballador departament d'administració, finances i RRHH	1.706,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
5.	Comercial	1.706,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
DESPESES VARIABLES										
	Formació equip EasyRoom	375 €								
TOTAL PRESSUPOST										
	Despeses fixes	131.825,72 €								
	Despeses variables	375 €								
	TOTAL	132.200,72 €								

Font: Elaboració pròpia

En la següent taula es mostra la **retribució salarial** de cadascun dels treballadors d'EasyRoom del primer any, on si es tenen en compte totes les retencions, finalment tindran un salari net de 1.243,52€ i l'estudiant en pràctiques de 445,75€. La sòcia accionista en tenir moltes més responsabilitats i un càrrec superior, el salari net serà de 1.480,76€, però a diferència dels treballadors tindrà 12 pagues en lloc de 14. Per obtenir el salari net de cada treballador s'han restat un 4,7% de contingències comuns per part del treballador, un 0,1% de formació professional, un 1,55% de desocupació i l'IRPF en cadascun dels salaris.

Taula 9. Pressupost recursos humans primer any

PRESSUPOST RECURSOS HUMANOS									
CATEGORIA	SALARI BASE	CONTINGÈNCIES COMUNS 4,7%	FORMACIÓ PROFESSIONAL 0,1%	DESOCUPACIÓ 1,55%	IRPF	TOTAL DEDUCCIONS	SALARI NET	SALARI NET ANUAL	
1. Responsable departaments EasyRoom	2.014,36 €	94,67 €	2,01 €	31,22 €	405,69 €	533,60 €	1.480,76 €	17.769,07 €	
1.1 Responsable departament d'atenció al client									
1.2 Responsable departament de màrqueting i comunicació									
1.3 Responsable departament d'administració, finances i RRHH									
1.4 Responsable del departament comercial									
2. Treballador departament de màrqueting	1.706,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	
3. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	445,75 €	5.349,00 €	
4. Treballador departament d'administració, finances i RRHH	1.706,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	
5. Comercial	1.706,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	

Font: Elaboració pròpia

Els pressupostos dels dos següents anys es poden trobar a [l'annex 24. Pressupost recursos humans del segon i tercer any](#), on en el **segon any** es contractaran a dues persones més, fent que el cost per l'empresa augmenti a **170.890,27€** i al **tercer any** es contractaran dos estudiants més en practiques i se'ls hi pujarà un 5% el salari als treballadors més antics, fent que el cost per l'empresa augmenti a **192.627,20€**.

5. PLA JURÍDIC-FISCAL

5.1 FORMA JURÍDICA

EasyRoom en ser una empresa constituïda per una única sòcia, les dues formes jurídiques que es consideren són la societat limitada i la societat limitada nova empresa, pel fet que en totes dues el capital mínim necessari és de 3.000€, per la qual cosa no es necessita una inversió inicial molt elevada i el nombre mínim de socis és un.

Finalment, s'ha decantat per ser una Societat Limitada Nova Empresa (SLNE)⁸ degut a que hi ha una major simplicitat en la gestió comptable, permet l'accés a una sèrie inentius fiscals com l'ajornament del pagament de l'ITP-AJD a un any, l'ajornament de l'Impost de Societats dels 2 primers anys i l'ajornament o fraccionament de les retencions o ingressos a compte de l'IRPF que es meritin el primer any a partir de la seva constitució com a SLNE. A més, tal com s'ha mencionat el capital mínim és de 3.012€, el màxim és de 120.202€ i tributa per impost de societats.

Per altra banda, també permet una ràpida constitució, ja que et dona la possibilitat de crear l'empresa amb estatuts orientatius i de manera telemàtica, per la qual cosa t'estalvies costos i temps de desplaçament, així com es pot modificar la denominació social, permet també una major flexibilitat pel desenvolupament de diverses activitats empresarials sense modificar els estatuts i no obliga a presentar el llibre de registre d'accions normatives.

La normativa a tenir en compte pel funcionament de la Societat Limitada Nova Empresa és pot veure a *l'annex 25. Normativa a tenir en compte SLNE.*

Cal destacar, que en ser només una única sòcia **no és necessari** realitzar un **acord entre socis** amb els aspectes claus a negociar com seria l'ampliació de capital o l'entrada d'inversors.

5.2 PROVEÏDORS D'ASSESSORAMENT

Per l'assessorament jurídic, fiscal, comptable i laboral d'EasyRoom, s'han identificat 3 possibles candidats per tal d'escollir el que millor s'adapti al model de negoci i a les seves necessitats:

- **Patau Gabinet econòmic:** és una firma de serveis professionals d'assessorament i consultoria empresarial, la qual ofereix assessorament en la redacció del pla d'empresa previ al funcionament de qualsevol projecte empresarial, col·laboració en la constitució i legalització d'empreses, tramitació i seguiment de totes les obligacions legals i assessorament i formació a l'emprenedor en els seus inicis, així com assessorament jurídic, fiscal i laboral entre altres. El seu pressupost a l'hora de portar la gestoria de l'empresa és de 150€ al mes aproximadament, però durant el primer any als estudiants i

⁸ (Guia de tràmits i formes jurídiques, s.d.) Recuperat 29 maig 2023, de https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/passes_crear_empresa/Guia_formes_juridiques_catDEF_tcm124_53839.pdf

autònoms els hi fa un 50% de descompte, pel que seria 75€ mensuals el primer any. (*Serveis - Patau Gabinet Econòmic, s.d.*)

- **Datali Grup:** és una gestoria fiscal, financera i comptable, especialitzada en ecommerce i marketplaces entre altres negocis digitals, amb l'objectiu de donar un assessorament personalitzat als venedors que operen al mercat digital. El seu pressupost de cara als serveis fiscals és de 35€ l'hora. (*Gestoría especializada en Amazon y E-Commerce | Datali Group, s.d.*)
- **MTL Assessors:** és una assessoria a Barcelona amb més de 50 anys d'experiència, amb un servei integral d'assessorament en fiscalitat, finances i relacions laborals i jurídiques, oferint serveis molt personalitzats per a cada tipus d'empresa. El seu pressupost per als serveis comptables i jurídics és de 120€ aproximadament. (*Asesoría Gestoría en Barcelona MLT asesores, s.d.*)

Finalment, un cop valorats els tres possibles proveïdors, es contractaran els serveis de **Patau Gabinet econòmic** per portar tota la gestoria de l'empresa a causa de les facilitats i empatia que ofereix als estudiants a l'hora d'emprendre i la seva experiència en el sector.

5.3 NORMATIVES EXIGIBLES

A l'annex 26. Normatives exigibles SLNE hi han explicades les normatives exigibles a seguir a l'hora de constituir la societat i les normatives específiques laborals, administratives i pel tractament de dades.

5.4 IMPACTE A NIVELL DE NORMATIVA EUROPEA, ESTATAL, AUTONÒMICA, MUNICIPAL I POSSIBLES CANVIS NORMATIUS

EasyRoom va dirigida a tots els estudiants espanyols, però ofereix allotjament en països dins de la Unió Europea, així doncs, també cap la possibilitat de que algun estudiant d'un altre país reservi una residència a través de nosaltres.

Per aquest motiu es tindran en compte les normatives amb relació a l'ecommerce, els treballadors i la comptabilitat de l'empresa en **l'àmbit estatal**, ja que la seva activitat la realitza a Espanya i, tot el que fa referència a la protecció de dades es tindrà en compte la normativa a escala europea.

Per altra banda, es tindran en compte tant les **lleis autonòmiques** establertes per la comunitat autònoma, com les **lleis municipals** establertes per l'ajuntament pel fet que són d'obligatori compliment i no complir-les implicaria una sanció.

En cas que hi hagi algun canvi normatiu amb relació als aspectes legals i jurídics, es mirarà d'actuar el més ràpid possible i actualitzar aquests canvis en el negoci perquè els clients sàpiguen que estem al dia de les normatives, junt amb l'assessorament de **Patau Gabinet econòmic** per poder estar al dia de totes les lleis i que s'estiguin complint correctament. Per exemple, pot haver-hi una variació en l'impost de societats i això podria afectar als beneficis i pèrdues del negoci, per això és important comptar amb una assessoria que informi de tots aquests canvis i com actuar.

5.5 PRESSUPOST DE CONSTITUCIÓ DE L'EMPRESA

El pressupost de constitució no és molt elevat, ja que tal com indica la guia de tràmits i formes jurídiques de la Generalitat de Catalunya (*Guia de tràmits i formes jurídiques*, s.d.), molts dels tràmits són gratuïts, pel que finalment la constitució de l'empresa suposaria unes despeses de 332,24€.

Taula 10. Pressupost constitució de l'empresa

CONSTITUCIÓ DE L'EMPRESA	
Certificació negativa del nom de la societat	18,24 €
Codi d'identificació fiscal imprès	2 €
Inscripció en el registre mercantil	132 €
Aranzels notariais capital mínim	180 €
TOTAL	332,24 €

Font: Elaboració pròpia

6. PLA ECONÒMIC-FINANCER

6.1 PREVISIÓ D'INVERSIONS I FINANÇAMENT

Pel que fa al pla econòmic financer d'EasyRoom, primer de tot s'ha procedit a conèixer quina serà la **inversió inicial necessària**, on s'han descrit els actius tangibles i intangibles necessaris, que en aquest cas són els equips per a processos d'informació, el disseny i desenvolupament del lloc web i el disseny de comunicació i estil.

A més, per acabar de determinar la inversió inicial i poder escollir la millor manera de finançament, s'ha determinat els **fons de maniobra** per poder fer front a les operacions, on s'ha comptabilitzat un 35% del total de les despeses de màrqueting, recursos humans, els costos fixos i el cost del manteniment del lloc web i l'ones del primer any, on finalment la inversió inicial necessària serà de 71.304,77€.

Taula 11. Inversió inicial de l'escenari esperat

INVERSIÓ INICIAL			
DESCRIPCIÓ	QUANTITAT	PREU	TOTAL
Equips per a processos d'informació	2	1.250,00 €	2.500,00 €
Disseny i desenvolupament del lloc web	1	800,00 €	800,00 €
Disseny de comunicació i estil	1	500,00 €	500,00 €
Despeses de constitució	1	332,24 €	332,24 €
			4.132,24 €
ACTIUS	4.132,24 €		
FONS DE MANIOBRA	67.172,53 €		
TOTAL INVERSIÓ INICIAL	71.304,77 €		

Font: Elaboració pròpia

Seguidament, s'ha realitzat el **finançament de la inversió inicial** on es combina un capital social de 32.087,15€ de la sòcia accionista, el que suposa un 45% de la inversió, i un **préstec ENISA** de 39.217,63€. S'ha escollit el préstec ENISA⁹, ja que és un préstec de l'estat per emprenedors de petites i mitjanes empreses espanyoles amb projectes viables i innovadors, i implica un tipus d'interès del 3,25% + l'euríbor el primer any i la resta dels anys un 4,5% + l'euríbor. A més, cal destacar que l'import serà tornat en un màxim de tres anys i el capital social aportat vindrà de **diners estalviats** de la sòcia accionista i de les **3 F's** (Friends, Family and Fools).

Taula 12. Préstec ENISA i finançament de la inversió

PRÉSTEC ENISA 3,25%				FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ	
DESCRIPCIÓ DEL PRÉSTEC	ANY 1	ANY 2	ANY 3		
DEVOLUCIÓ DEL CAPITAL	13.072,54 €	13.072,54 €	13.072,54 €	INVERSORS / ACCIONISTES	32.087,15 €
INTERÈS	1.274,57 €	1.176,53 €	588,26 €	PRÉSTEC ENISA	39.217,63 €
COSTOS	14.347,11 €	14.249,07 €	13.660,81 €		
SALDO INICIAL	39.217,63 €	26.145,08 €	13.072,54 €	TOTAL	71.304,77 €
SALDO FINAL	26.145,08 €	13.072,54 €	- €		

Font: Elaboració pròpia

A l'annex 27. Previsió optimista i pessimista d'inversions i finançament, es poden veure l'escenari optimista i pessimista de la previsió d'inversions i finançament, on seguint els mateixos criteris que en la previsió esperada, la **inversió inicial** necessària per a **l'escenari optimista** és de **94.184,66€** i es finançarà amb un **45% de capital social** i un **préstec Enisa** de **51.801,56€**. Respecte a **l'escenari pessimista**, la **inversió inicial** necessària serà de **17.073€**, on es finançarà amb un **50% de capital social** i un **50% de préstec Enisa**.

Per altra banda, en cas de no obtenir el préstec ENISA, s'han tingut en compte dues alternatives, les quals són demanar un **préstec bancari a BBVA** i en cas que aquest fos denegat es demanaria un **Business Angel**.

⁹ Enisa con el emprendimiento innovador. (s.d.-a). Recuperat 27 novembre 2022, de <https://www.enisa.es/>

Pel que fa al préstec bancari es demanarà concretament el **préstec online negocis**, i se sol·licitarien 39.217,63€, el termini a ser tornat seria de 3 anys amb un TIN del 6,5% i una TAE del 6,98%, amb una comissió d'obertura del 0,25%.

Per saber la quota mensual s'ha de seguir la següent fórmula: $[\text{Capital} \times \text{TIN} / 12] / [1 - (1 + \text{TIN} / 12)^{-n}]$, on n són el nombre de quotes en les què es pagarà el préstec, que en aquest cas són 36. Per tant, tenint en compte la fórmula anterior la quota mensual seria $[39.217,63 \times 6,5\% / 12] / [1 - (1 + 6,5\% / 12)^{-36}] = 1.196,45\text{€}$. Com a resultat, mensualment es pagarien **1.196,45€ durant 36 mesos**, on finalment el cost del préstec seria de **46.951,57€**, incloent la comissió d'obertura de 100€.

Respecte al **Business Angel**, és aquella persona física que aporta capital i assessorament a una start-up, normalment a canvi d'una participació accionaria. Per tant, es demanaria un finançament de **39.217,63€** al Business Angel, a canvi d'una participació en l'empresa d'entre el 15 i el 20%. Seria l'última opció pel fet que sol·licitar aquest tipus de finançament intern, faria que la participació de la sòcia accionista baixés i tant els beneficis com la retribució disminuirien.

6.2 PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES DELS TRES PRIMERS ANYS

S'ha realitzat una previsió del compte de pèrdues i guanys dels tres primers anys, a més de realitzar una estimació tant optimista com pessimista d'aquest.

Taula 13. Pèrdues i guanys escenari esperat

Pèrdues i Guanys	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	213.665	271.810	337.350
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	-132.201	-170.890	-192.627
Altres despeses d'explotació	-59.095	-76.994	-95.859
Amortització de l'immobilitzat	-625	-625	-625
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	21.745	23.301	48.239
Despeses financeres	-1.275	-1.177	-588
B) RESULTAT FINANCER	-1.275	-1.177	-588
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	20.470	22.124	47.651
Impost sobre beneficis	3.071	3.319	11.913
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	17.400	18.805	35.738

Font: Elaboració pròpia

EasyRoom comença la seva activitat a partir de setembre i en finalitzar el primer any obtindrà un total de 450 reserves de residències de 8 països diferents, fent que la seva **facturació** sigui de 213.665€

Durant els següents anys, l'empresa va creixent i, per tant, el nombre de places i residències disponibles augmenta i al mateix temps també creix el nombre de reserves, fent que els **ingressos** siguin de 271.810€ el segon any i 337.350€ el tercer any.

Pel que fa a les **despeses de personal** el primer any suposaran un total de 132.201€, el que equival a més d'un 50% de les vendes, ja que comptar amb personal especialitzat en les diferents tasques és molt necessari per al correcte desenvolupament del projecte i sense ells seria quasi impossible arribar a les vendes que s'esperen tenir. És per això que s'invertirà en formació per ells i es treballarà el *team building* per tenir una base sòlida i unida.

La resta dels anys les despeses de personal també augmenten, ja que com l'empresa va creixent també es necessitaran més treballadors i al tercer any, als treballadors que portin en l'empresa des del primer any se'ls augmentarà el sou un 5%.

Seguidament, respecte a les **altres despeses d'explotació**, s'ha tingut en compte el lloguer de la incubadora del TecnoCampus de 2.473,20€ el primer any, 3.033,80€ el segon any i 3.847,20€ el tercer any. També cal destacar les despeses de màrqueting i publicitat, les quals el primer any són de 56.250€, el segon any de 73.600€ i el tercer any de 91.640€. Per altra banda, també consten els subministraments, que en aquest cas, només seria la despesa en connexió wifi i internet de 371,40€ cada any.

En quant a les **amortitzacions de l'immobilitzat**, s'han inclòs 2 ordinadors de 1.250€ cadascun, tenint un total de despeses en equips per a processos d'informació de 2.500€, els quals s'han amortitzat a quatre anys, donant un resultat de 625€ l'any.

Pel que fa a les **despeses financeres**, el préstec ENISA suposa un interès de 1.274,57€ el primer any, 1.176,53€ el segon any i 588,26€ el segon any.

En últim lloc, cal destacar que **l'impost sobre beneficis** en empreses de nova creació amb uns ingressos inferiors a 300.000€, durant els dos primers anys passa a ser d'un 15% i a partir del tercer any ja serà d'un 25% sobre els beneficis¹⁰.

En conclusió, si es tenen en compte tots aquests factors, finalment durant els tres primers anys s'espera un **benefici net positiu**, el que indica que el **negoci és viable** i

¹⁰ Agencia Tributaria: Tipo impositivo. (s.d.). Recuperat 23 febrer 2023, de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/que-base-imponible-se-determina-sociedades/tipo-impositivo.html>

ofereix uns beneficis de 17.400€ el primer any, 18.805€ el segon any i 35.738€ el tercer any.

Tal com es pot observar durant l'últim any el nombre de beneficis disminueix a causa que el personal contractat creix notablement, s'inverteix molt més en màrqueting i publicitat i l'impost sobre beneficis passa a ser d'un 15% al 25%. Igualment, el marge de beneficis és molt elevat i, per tant, el negoci és rendible, amb prediccions de seguir amb aquest creixement durant els següents anys.

A l'annex 28. Escenari optimista i pessimista del compte de pèrdues i guanys, es poden observar les previsions del compte de pèrdues i guanys contemplant un escenari optimista i un altre de pessimista.

6.3 PLA DE TRESORERIA DELS TRES PRIMERS ANYS

A continuació s'ha realitzat un pla de tresoreria amb l'objectiu de fer una previsió i poder gestionar els pagaments i cobraments de l'empresa, per tal d'anticipar el futur econòmic de l'empresa i tenir un control sobre la liquiditat d'aquesta.

Cal destacar que els estudiants que reservin plaça durant un període determinat en una residència d'EasyRoom hauran d'efectuar el pagament mensualment, pel que a les residències cada cop que l'estudiant pagui se'ls hi cobrarà una comissió del 10% i als estudiants la primera vegada que paguin 30€ de gastos de gestió.

A l'annex 29. Pla de tresoreria esperat dels tres primers anys es pot veure en detall el pla de tresoreria esperat dels 3 primers anys, on finalment en cada any hi haurà suficient líquid per fer front als pagaments, acabant el primer any amb un flux de caixa de **93.167€**. Així com, a l'annex 30. Pla de tresoreria optimista dels tres primers anys i l'annex 31. Pla de tresoreria pessimista dels tres primers anys troba l'anàlisi dels plans de tresoreria optimista i pessimista.

6.4 ANÀLISI I INFORME FINANCER DELS TRES PRIMERS ANYS

L'anàlisi financera i de viabilitat dels tres primers anys es farà sobre l'escenari esperat, ja que és el que s'espera obtenir un cop es llenci el negoci.

A continuació es pot observar el **balanç de situació** d'EasyRoom:

Taula 14. Balanç de situació

ACTIU			
A) ACTIU NO CORRENT	10.118	14.614	16.108
Immobilitzat intangible	7.020	10.966	11.636
Immobilitzat material	3.098	3.648	4.472
Fiances i Dipòsits	0	0	0
Impost de societats	0	0	0
B) ACTIU CORRENT	93.167	119.998	180.349
Existències	0	0	0
Deutors comercials i altres comptes a cobrar	0	0	0
Efectiu i altres actius líquids equivalents	93.167	119.998	180.349
TOTAL ACTIU (A+B)	103.285	134.612	196.457
PATRIMONI NET I PASSIU			
A) PATRIMONI NET	49.487	90.330	154.757
A-1) Fons propis	49.487	68.292	104.030
Capital Social	32.087	32.087	32.087
Capitalització	0	0	0
Prima d'emissió	0	0	0
Reserves	0	17.400	36.205
Altres aportacions de socis	0	0	0
Resultats negatius d'exercicis anteriors	0	0	0
Resultat de l'exercici	17.400	18.805	35.738
A-2) Subvencions, donacions i llegats rebuts	0	22.038	50.727
B) PASSIU NO CORRENT	39.218	26.145	13.073
Deutes a llarg termini	39.218	26.145	13.073
Préstecs participatius	0	0	0
Préstecs	39.218	26.145	13.073
Leasings	0	0	0
C) PASSIU CORRENT	14.580	18.137	28.627
Provisions a curt termini	0	0	0
Deutes a curt termini	0	0	0
Creditors comercials i altres comptes a pagar	14.580	18.137	28.627
Proveïdors	137	212	212
IVA a pagar	0	0	0
IRPF	1.491	1.868	2.009
Seguretat Social	2.248	2.898	3.297
Impost de societats	3.071	3.319	11.913
Remuneracions pendents de pagament	7.633	9.839	11.196
TOTAL DE PATRIMONI NET I PASSIU	103.285	134.612	196.457

Font: Elaboració pròpia

L'actiu està format per un costat per l'**actiu no corrent**, el qual està constituït per l'**immobilitzat intangible** on entraria les despeses en publicitat i el lloc web entre altres, i l'**immobilitzat tangible** format pel lloguer de la incubadora del TecnoCampus i l'amortització dels ordinadors. Per altre costat, està format per l'**actiu corrent**, on aquest està únicament constituït per l'**efectiu i altres líquids equivalents**, resultat del pla de tresoreria analitzat anteriorment, el qual suposa la major part de l'actiu en els tres anys.

Seguidament, tenim el **patrimoni net i passiu**, on centrant-nos en el **patrimoni net**, aquest està format durant els tres anys pel **capital social** aportat i el **resultat de l'exercici** del compte de pèrdues i guanys, a més, durant el segon i tercer any s'hi inclouen dintre del compte de **subvencions, donacions i llegats rebuts**, 22.038€ de donacions el segon any i 50.727€ el tercer any. Aquests diners surten d'una donació

aportada per la família de la sòcia accionista, amb la finalitat de poder col·laborar i ajudar al correcte desenvolupament del negoci i assegurar la viabilitat d'aquest.

Pel que fa al **passiu**, aquest està format pel **passiu no corrent** i el **corrent**. Respecte al **passiu no corrent**, s'ha comptabilitzat el **préstec Enisa** i la quantitat que quedaria per retornar en la resta dels anys. El **passiu corrent** està format per **creditors comercials i altres comptes a pagar**, on aquest està format per:

- **Proveïdors**: està format per les despeses de l'assessoria contractada, el programa de formació dels treballadors i la connexió wifi i internet necessària a l'oficina.
- **IRPF, seguretat social** a pagar dels treballadors i les **remuneracions pendents de pagament**.
- **Impost de societats**, resultat de fer el 15% del resultat abans d'impostos el primer any, i el 25% sobre els beneficis del segon i tercer any.

Cal destacar que s'han posat aquestes despeses, ja que els pagaments s'efectuaran a **30 dies des de la seva emissió**, i per això en l'últim període encara faltará per pagar als treballadors i proveïdors.

Finalment, es pot observar com l'**actiu correu és major al passiu corrent**, el que indica que l'empresa té diners en efectiu i pot pagar els seus deutes a curt termini, per tant, no tindrà problemes de liquiditat a curt termini. A més el patrimoni net és una part important en l'estructura financera i és per això que el primer any suposa un 47,9%, el segon any un 67,1% i un 78,8% l'últim any.

En conclusió, l'**actiu és igual al patrimoni net i passiu**, el que indica que en EasyRoom hi ha un equilibri patrimonial i en conseqüència, tots els béns i drets que té l'empresa estan correctament finançats i recolzats per les fonts de finançament.

Per altra banda, s'ha fet una **anàlisi de l'EBITDA, el ROE i el ROA** per veure la rendibilitat del negoci, també s'ha analitzat el **rati de liquiditat** i de **tresoreria** per veure la liquiditat del negoci, a més per mirar endeutament s'ha calculat el **rati d'endeutament, la qualitat del deute** i la **capacitat de retorn del deute** i, per últim, s'ha fet una anàlisi del **fons de maniobra, les N.O.F i el chasflow** per analitzar l'equilibri financer. A més, a *l'annex 32. Gràfics informe financer*, es troben diferents gràfics dels aspectes analitzats anteriorment, com les vendes, el compte de pèrdues i guanys, el balanç i diferents ratis.

CRITERIS DE RENDIBILITAT

Taula 15. Càlcul EBITDA.

EBITDA	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Marge brut	213.665	271.810	337.350
Despeses de personal	-132.201	-170.890	-192.627
Altres despeses d'exploració	-59.095	-76.994	-95.859
TOTAL	22.369	23.926	48.864

Font: Elaboració pròpia

El **benefici brut abans d'interessos i impostos** és positiu durant els tres primers anys, el que indica que els ingressos són suficients per cobrir les despeses i, per tant, el negoci és rendible durant els tres primers anys.

Taula 16. Càlcul EBITDA Vs Ventes

EBITDA Vs Ventes	=	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{Ventes}}$	%	$\frac{22.370}{213.665} = 10,47\%$	$\frac{23.926}{271.810} = 8,80\%$	$\frac{48.864}{337.350} = 14,48\%$
------------------	---	---------------------------------------	---	------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

A més si es té en compte l'**ebitda sobre les vendes**, es pot observar que hi ha un bon marge operatiu i a partir del segon any aquest agafa una tendència creixent, pel que la rendibilitat de la companyia evoluciona correctament.

Taula 17. Càlcul ROE

R.O.E. - Return on equity	=	$\frac{\text{Benefici net}}{\text{Patrimoni net}}$	%	$\frac{26.090}{49.487} = 52,72\%$	$\frac{27.796}{90.330} = 30,77\%$	$\frac{60.740}{154.757} = 39,25\%$
---------------------------	---	--	---	-----------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Amb el **ROE** mirarem el rendiment dels recursos propis de la inversió feta pels socis, on finalment es pot observar que durant els tres anys és positiu, el que indica que EasyRoom està augmentat la generació de beneficis sense necessitar tant de capital.

Taula 18. Càlcul ROA

R.O.A. - Return on assets	=	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Actiu total}}$	%	$\frac{26.090}{103.285} = 25,26\%$	$\frac{27.796}{134.612} = 20,65\%$	$\frac{60.740}{196.457} = 30,92\%$
---------------------------	---	--	---	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Pel que fa al **ROA**, ens mesura el rendiment dels actius totals de l'empresa. Es pot veure que cada any va creixent respecte a l'anterior, el que ens indica que EasyRoom és capaç de generar més diners amb una menor inversió.

CRITERIS DE LIQUIDITAT

Taula 19. Càlcul rati de liquidesa i tresoreria

Rati de Liquidesa	=	$\frac{\text{Actiu corrent}}{\text{Passiu corrent}}$	%	$\frac{93.167}{14.580} = 639,01\%$	$\frac{119.998}{18.137} = 661,64\%$	$\frac{180.349}{28.627} = 630,00\%$
Rati de Tresoreria	=	$\frac{\text{Realitzable + Disponible}}{\text{Passiu corrent}}$	%	$\frac{93.167}{14.580} = 639,01\%$	$\frac{119.998}{18.137} = 661,64\%$	$\frac{180.349}{28.627} = 630,00\%$

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Pel que fa al **rati de liquiditat i tresoreria**, es pot observar que l'empresa disposa de suficients actius per cobrir els seus deutes i obligacions a curt termini. Cal destacar que aquests ratis són bastant elevats i en conseqüència, l'empresa podria tenir actius desaprofitats.

CRITERIS ENDEUTAMENT

Taula 20. Càlcul rati d'endeutament

$$\text{Rati Endeutament} = \frac{\text{Passiu}}{\text{Patrimoni net} + \text{Passiu}} \% \quad \frac{53.798}{103.285} = 52,09\% \quad \frac{44.282}{134.612} = 32,90\% \quad \frac{41.700}{196.457} = 21,23\%$$

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

El valor òptim del **rati d'endeutament** es troba entre en 0,4-0,6, a partir d'aquí es pot observar que durant el primer any l'empresa es troba dintre d'aquests valors per lo que té una estructura de finançament més equilibrada amb menor dependència del deute. En el segon i tercer any està per sota d'aquest valor, el que indica que l'empresa podria tenir un excés de capital propi.

Taula 21. Càlcul qualitat del deute

$$\text{Qualitat del deute} = \frac{\text{Passiu corrent}}{\text{Passiu}} \% \quad \frac{14.580}{53.798} = 27,10\% \quad \frac{18.137}{44.282} = 40,96\% \quad \frac{28.627}{41.700} = 68,65\%$$

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Pel que fa a la **qualitat del deute**, el valor òptim es troba entre en 0.4-0.6. Es pot veure que el primer any l'empresa es troba per sota d'aquest valor, per lo que hi ha un excés de capital i, per tant, està poc endeutada. Durant el segon i tercer any es troba dins d'aquest valor i, en conseqüència, el volum del deute està funcionant en una estructura financera amb poc risc.

Taula 22. Càlcul capacitat de retorn del deute

$$\text{Capacitat de retorn del deute} = \frac{\text{Benefici} + \text{Amortitzacions} + \text{Provisions}}{\text{Prestecs}} \% \quad \frac{25.465}{39.218} = 64,93\% \quad \frac{27.171}{26.145} = 103,92\% \quad \frac{60.115}{13.073} = 459,84\%$$

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Es pot observar que la **capacitat de retorn del deute** va augmentant cada any, per lo que es podrà fer front al finançament extern amb major facilitat.

CRITERIS D'EQUILIBRI FINANCER

Taula 23. Càlcul fons de maniobra i N.O.F

FONS DE MANIOBRA	ANY 1	ANY 2	ANY 3	N.O.F	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Actiu Corrent	93.167	119.998	180.349	Actiu Corrent	93.167	119.998	180.349
Passiu Corrent	14.580	18.137	28.627	Creditors comercials a pagar	14.580	18.137	28.627
TOTAL	78.587	101.861	151.722	TOTAL	78.587	101.861	151.722

Font: Elaboració pròpia

Si analitzem el **fons de maniobra en comparació a les NOF**, es pot observar que el resultat el fons de maniobra és igual a les necessitats operatives de fons, per tant, l'empresa té la quantitat justa d'actius necessaris per finançar els passius corrents i en conseqüència, els recursos a curt termini són suficients per cobrir les obligacions a curt termini.

Taula 24. Càlcul Chasflow

CHASHFLOW	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Benefici	26.090	27.796	60.740
Amortitzacions	-625	-625	-625
TOTAL	25.465	27.171	60.115

Font: Elaboració pròpia

Durant els tres primers anys EasyRoom té un **flux d'efectiu** positiu, per la qual cosa es tindrà suficients diners líquids per fer front a les despeses de l'empresa.

6.5 INFORME DE VIABILITAT

A més dels ratis analitzats anteriorment, també s'han volgut estudiar el punt d'equilibri i el ROS per veure amb més detall si el projecte és viable:

Taula 25. Punt d'equilibri

PUNT D'EQUILIBRI	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	213.665	271.810	337.350
Despeses fixes	4671	5335	6160
Marge Brut	213.665	271.810	337.350
%MB	100%	100%	100%
PUNT D'EQUILIBRI	213.665	271.810	337.350
PUNT D'EQUILIBRI MENSUAL	17.805	22.651	28.112

Font: Elaboració pròpia

El **punt d'equilibri**, ens permet saber el nivell de vendes necessari per cobrir tots els costos i despeses fixes de la companyia, on finalment el primer any s'hauria d'obtenir un import mensual de 17.804€ o 213.665€ anuals, en el segon any un import mensual de 22.651€ i anual de 271.810€, i en el tercer any un import de 28.112€ mensual o 337.350€ anual. En cada any s'hauria d'assolir dit import per tal d'obtenir un benefici 0 i no tenir pèrdues i en cas d'obtenir més, doncs ja series beneficis.

Taula 26. Càlcul ROS

Benefici net Vs Vendes	=	$\frac{\text{Benefici net}}{\text{Vendes}}$	%	$\frac{26.090}{213.665} = 12,21\%$	$\frac{27.796}{271.810} = 10,23\%$	$\frac{60.740}{337.350} = 18,01\%$
------------------------	---	---	---	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

Font: Elaboració pròpia

Amb el **ROS** es pot analitzar la **rendibilitat de les vendes**, on aquesta es pot observar que és elevada, encara que al segon any disminueix un 1,98%. No és una dada preocupant, ja que es deu al fet que les despeses sobretot en personal augmenten

considerablement i, per tant, el benefici net obtingut no creix tan notablement. Igualment, ens dona un resultat elevat i positiu i al tercer any augmenta considerablement, pel que es pot concloure que l'empresa està generant un **bon nivell de benefici** en comparació dels ingressos, per la qual cosa és favorable i el negoci és viable.

Finalment, un cop analitzat tots aquests ratis, es pot concloure que EasyRoom és **viable**, pel fet que des del primer any **genera liquiditat** per fer front a les despeses, té un **bon nivell de benefici** i durant els tres primers anys la rendibilitat del negoci va augmentant positivament i sempre presenta un **resultat positiu**.

Per altra banda, la realització del **compte de pèrdues i guanys** i el **balanç de situació**, ens ha permès veure que l'empresa té una bona situació financera i que tenint en compte les vendes i les despeses que tindrà, es generen beneficis, així com hi ha un equilibri patrimonial. A més, amb l'**anàlisi de tresoreria**, s'ha pogut veure com des del primer mes l'empresa va generant suficient líquid per fer front a les despeses.

Cal destacar que el **finançament inicial** també és important a l'hora d'arrencar el projecte i que aquest sigui viable, ja que ens permetrà saber el potencial del negoci i reduir els riscos. És per això, que comptar amb un **préstec ENISA** ajudarà a fer créixer el negoci amb més facilitat, encara que en cas que aquest no fos concedit, hi ha molts més préstecs bancaris que es poden sol·licitar o Business Angels, per la qual cosa no seria un problema trobar una altra font de finançament.

Un altre factor a destacar que ajuda a fer que el negoci sigui viable és **l'equip d'EasyRoom**, ja que sense un bon equip, que estigui ben coordinat i sigui eficaç, el negoci no tiraria endavant, per això és crucial invertir en millorar els seus coneixements i fer que se sentin part del negoci, a més, si no es contés amb un equip seria impossible que una sola persona es pogués encarregar d'un volum de vendes elevat, gestionar el màrqueting, la comptabilitat i l'atenció al client, per tant, sense ells el negoci fracassaria. Cal destacar que en cas que algun dels treballadors no s'adaptés bé a l'equip i no rendeixi correctament, seria molt fàcil de substituir, ja que al final són llocs de treball que tenen una gran oferta i demanda en el mercat actual.

Per últim, la inversió en **màrqueting i publicitat** és crucial per la viabilitat del negoci, ja que en ser una empresa online, donar-se a conèixer en les xarxes i internet és molt important. És per això que s'han planificat bé les accions, els temps i la comunicació per arribar als clients més adequats. Sense aquesta inversió no s'arribarien a les vendes

esperades i costaria més que la gent conegui EasyRoom i, per tant, el negoci no seria viable.

CONCLUSIONS

Després d'elaborar una anàlisi exhaustiva sobre EasyRoom, el seu entorn, els principals consumidors i fer una anàlisi financera, les principals conclusions a destacar són:

A partir de la **conceptualització, justificació i anàlisi interna i externa del negoci**, s'ha pogut corroborar i conèixer amb més profunditat el gran problema que tenen els estudiants que marxen a fer els seus estudis a l'estranger a l'hora de trobar una residència d'estudiants per viure. A més, gràcies a diverses entrevistes fetes a passats estudiants d'Erasmus, s'ha pogut conèixer de primera mà els principals problemes que han tingut i les poques ajudes que els hi han proporcionat per trobar una residència. Cal destacar que la realització del **TAM, SAM, SOM**, ha permès conèixer quants estudiants espanyols marxen a estudiar fora i la proporció de residències a la que es podrà arribar per ciutat universitària.

Per altra banda, EasyRoom es troba en un **mercat molt competitiu** on hi ha diverses plataformes per trobar allotjament i, gràcies a l'anàlisi d'aquesta, s'han pogut trobar els **principals punts forts i febles** de l'empresa per arribar a superar a la competència i així en un futur poder posicionar-se com la millor pàgina de reserves de residències online.

Gràcies a aquests dos punts, s'ha pogut establir la principal **proposta de valor** del negoci, la qual és facilitar el procés de reserva als estudiants assegurant la seva plaça en la residència per viure durant l'estada, a més de donar major visibilitat a les residències sense cobrar cap cost per la seva presència a la web.

És important destacar **l'elaboració del pla de màrqueting**, ja que ha permès establir correctament una política de preus en base a la competència i saber el nombre de places a oferir i a quants països es pot arribar, així com organitzar les accions que es duran a terme abans, durant i post llançament, per arribar de la manera més eficaç al nostre públic. A més, aquest punt és un dels més rellevants, ja que en ser un negoci online, **donar-se a conèixer en Internet i les xarxes socials** és el que farà que el **negoci sigui viable** i arribi a tenir **èxit**, per això s'han definit una política de comunicació cap als clients i unes accions, per aconseguir visibilitat i poder assolir els objectius establerts.

Pel que fa a la realització del **pla d'operacions**, ha permès poder conèixer en profunditat les accions que s'han de seguir tant abans de crear el negoci, com amb els clients i que fer per captar-los i mantenir-los, amb la finalitat que el personal contractat sàpiga que ha de fer en cada fase i estiguin tots els departaments coordinats i d'aquesta manera saber com actuar davant de qualsevol contingència.

A més, amb la realització del **pla de recursos humans** s'ha pogut entendre la importància de tenir un bon equip, ja que **sense ells el negoci no seria viable**, pel que és molt important i proporcionar-los la possibilitat d'augmentar els seus coneixements, treballar la comunicació i el treball en equip per tal que treballin tenint un bon ambient de treball i que se sentin part del negoci.

La realització del **pla econòmic-financer**, ha servit per veure realment si a escala financera el negoci seria rendible, on finalment, s'ha vist que té uns **resultats positius i creixents** durant els tres primers anys, a més té una bona situació financera i tenint en compte les vendes i les despeses que tindrà, es **generen beneficis**, així com hi ha un **equilibri patrimonial** i en tots els anys es **genera liquiditat**, per la qual cosa EasyRoom és un negoci viable.

Per acabar, aquest projecte va sortir a partir de la motivació d'ajudar als futurs estudiants a trobar allotjament i que no haguessin de cancel·lar el seu Erasmus tal com em va passar a mi. Per això, vull destacar que durant aquest procés he pogut aplicar tots els meus coneixements, així com he après de nous i he adquirit major experiència en l'àmbit emprenedor, superant-me dia a dia i, finalment, acabo aquest projecte molt motivada per poder fer-lo realitat.

BIBLIOGRAFIA

Agencia Tributaria: Alquiler un apartamento turístico ¿tengo que ingresar IVA? (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/iva/iva-operaciones-inmobiliarias/alquilo-apartamento-turistico-tengo-que-iva.html>

Agencia Tributaria: Tipo impositivo. (s.d.). Recuperat 23 febrer 2023, de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/que-base-imponible-se-determina-sociedades/tipo-impositivo.html>

Alianzas para la innovación | Erasmus+. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/es/programme-guide/part-b/key-action-2/alliances-innovation>

Alojamiento para estudiantes en Francia - Francia Guía. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://www.franciaguia.com/alojamiento-para-estudiantes-en-francia/>

Alojamiento para estudiantes en Irlanda | Guía Erasmus en Santander Smartbank. (s.d.). Recuperat 2 desembre 2022, de <https://santandersmartbank.es/guia-erasmus/paises/irlanda/alojamiento>

Alojamiento para estudiantes Erasmus en Polonia | Santander Smartbank. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://santandersmartbank.es/guia-erasmus/paises/polonia/alojamiento>

Alojamiento para estudiantes erasmus en Portugal - Guía Erasmus en Santander Smartbank. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://santandersmartbank.es/guia-erasmus/paises/portugal/alojamiento>

Alojamiento y estudios | Deutsches Studentenwerk. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://www.studentenwerke.de/en/content/accommodation-and-studies>

Asesoría Gestoría en Barcelona MLT asesores. (s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://mltasesores.com/>

BOE-A-2002-13758 Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. (s.d.-a). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>

BOE-A-2002-13758 Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. (s.d.-b). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>

BOE-A-2003-10958 Orden ECO/1371/2003, de 30 de mayo, por la que se regula el procedimiento de asignación del código ID-CIRCE que permite la identificación de la sociedad limitada Nueva Empresa y su solicitud en los procesos de tramitación no telemática. (s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-10958>

BOE-A-2003-11262 Orden JUS/1445/2003, 4 de junio, por la que se aprueban los Estatutos orientativos de la sociedad limitada Nueva Empresa. (s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-11262>

BOE-A-2003-11611 Real Decreto 682/2003, de 7 de junio, por el que se regula el sistema de tramitación telemática a que se refiere el artículo 134 y la disposición adicional octava de la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. (s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2003-11611

BOE-A-2007-19884 Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad. (s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-19884>

BOE-A-2007-19966 Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas. (s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-19966>

BOE-A-2007-20555 Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. (s.d.-a). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

BOE-A-2010-10544 Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. (s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544>

BOE-A-2011-13240 Ley 25/2011, de 1 de agosto, de reforma parcial de la Ley de Sociedades de Capital y de incorporación de la Directiva 2007/36/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio, sobre el ejercicio de determinados derechos de los accionistas de sociedades cotizadas. (s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-13240>

BOE-A-2015-11430 Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. (s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11430>

BOE-A-2015-11431 Real Decreto Legislativo 3/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Empleo. (s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-11431>

BOE-A-2018-16673 Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (s.d.-a). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>

BOE-A-2018-16673 Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (s.d.-b). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2018-16673>

Booking vs Airbnb - EL CASO DE AIRBNB - ECONOMÍA COLABORATIVA. (s.d.). Recuperat 26 novembre 2022, de <https://1library.co/article/booking-vs-airbnb-el-caso-airbnb-econom%C3%ADa-colaborativa.yngkj851>

Buscoresi - Buscador residencias universitarias. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://buscoresi.com/>

Coste de vivir y estudiar en una universidad holandesa. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://klensein.com/coste-precios-estudiar-universidad-holanda/>

EasyRoom – Projecte empenedor

Coursera Plus | Acceso ilimitado a 7,000+ cursos en línea. (s.d.). Recuperat 23 febrer 2023, de

https://www.coursera.org/courseraplus/?utm_source=gg&utm_medium=sem&utm_campaign=04-CourseraPlus-EU&utm_content=B2C&campaignid=13520447723&adgroupid=124369969820&device=c&keyword=coursera&matchtype=b&network=g&devicemodel=&adpostion=&creativeid=527622276210&hide_mobile_promo&qclid=Cj0KCQiAutyfBhCMARIsAMgcRJTK68pysldhSJ25MOsskrpER-R_2hOD9FEIxtkGRT9oaKu9v4u2RR0aAnqCEALw_wcB

¿Cuánto cobra Airbnb a los anfitriones? - Centro de recursos - Airbnb. (s.d.). Recuperat 26 novembre 2022, de <https://www.airbnb.es/resources/hosting-homes/a/how-much-does-airbnb-charge-hosts-288>

De Resultados, E. (s.d.). ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR. MES DE FEBRERO. Recuperat 9 març 2023, de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/13_Indicadores/Indicadores/ICC/index.jsp

de Trabajo, M., & Social, Y. E. (2022). III. OTRAS DISPOSICIONES ACTA DE LA REUNIÓN DE LA COMISIÓN NEGOCIADORA DEL CONVENIO COLECTIVO ESTATAL PARA LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD. <https://www.boe.es>

Decenas de Erasmus españoles se quedan sin alojamiento en Italia. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.lavanguardia.com/vida/20220921/8538361/decenas-estudiantes-espanoles-quedan-alojamiento-italia.html>

El comercio electrónico supera en España los 15.600 millones de euros en el primer trimestre de 2022, un 25,3% más que el año anterior | CNMC. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.cnmc.es/prensa/ecommerce-i-trimestre-2022-cnmc-20221007>

El Ministerio de Ciencia e Innovación: PGE 2023 | FI Group España. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://es.fi-group.com/ministerio-de-ciencia-e-innovacion-presupuestos/>

El número de usuarios de internet en el mundo crece un 1,9% y alcanza los 5.160 millones (2023) - Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-de-internet-mundo/>

Enisa con el emprendimiento innovador. (s.d.-a). Recuperat 27 novembre 2022, de <https://www.enisa.es/>

Erasmus | Erasmusu.com. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://erasmusu.com/es>

ErasmusPlay | El comparador de alojamiento para estudiantes. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://erasmusplay.com/es/>

España: Economía y demografía 2023 | Datosmacro.com. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>

Estadísticas de Educación. EDUCAbase. (s.d.-a). Recuperat 18 novembre 2022, de http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Universitaria/Internacionalizacion/2021/Estudiantes_Internacionales//I0/&file=Salida_Tot.px&type=pcaxis

Estudiar en Bélgica: vivienda y costes de vida. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://www.educations.es/study-guides/europe/study-in-belgium/housing-living-costs-17498>

Estudiar en Italia: vivienda y costes de vida. (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://www.educations.es/study-guides/europe/study-in-italy/student-accommodation-6663>

Exceltur | PIB Turístico Español. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>

Gestoría especializada en Amazon y E-Commerce | Datali Group. (s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de https://datalogroup.com/?qclid=Cj0KCQjw98ujBhCgARIsAD7QeAgz_938unMZ7V4IlsNtpSzjsCFKCSpe4PhpL6HLLUbuGxN_wlpncSgaAoigEALw_wcB

Guia de tràmits i formes jurídiques. (s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/passes crear empresa/Guia formes juridiques catDEF tcm124 53839.pdf>

EasyRoom – Projecte emprenedor

Home - ROOM. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.room.nl/en/home>

HousingAnywhere: Mid to Long-Term Rentals in 400+ cities. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://housinganywhere.com/>

IAB SPAIN PRESENTA EL 'ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2022' | IAB Spain. (s.d.). Recuperat 24 novembre 2022, de <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2022/>

Idescat. Anuari estadístic de Catalunya. Ensenyament universitari. Mobilitat d'estudiants. Per universitats. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15740>

INEbase / Demografía y población /Cifras de población y Censos demográficos /Cifras de población / Últimos datos. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

Innotools 2.0 Módulo 1 - Diez tendencias en innovación - YouTube. (s.d.). Recuperat 27 novembre 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=sQYihTZig5U>

IONOS» E-mail, dominios y páginas web. (s.d.). Recuperat 24 febrer 2023, de <https://www.ionos.es/?ar=1>

La economía colaborativa, ¿qué es y qué nos puede aportar? (s.d.). Recuperat 25 novembre 2022, de <https://www.santander.com/es/stories/la-economia-colaborativa-que-es-y-que-nos-puede-aportar>

Las residencias de estudiantes aumentan desde 2019: 60 centros y 18.062 plazas más en toda España. (s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.europapress.es/sociedad/educacion-00468/noticia-residencias-estudiantes-aumentan-2019-60-centros-18062-plazas-mas-toda-espana-20230223114120.html>

Las ventajas medioambientales del eCommerce frente al comercio tradicional | Noticias | Marketing | TicPymes. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de

EasyRoom – Projecte emprenedor

<https://www.ticpymes.es/marketing/noticias/1127465049304/ventajas-medioambientales-del-ecommerce-frente-al-comercio-tradicional.1.html#>

Llei 24/2005 d'18 de novembre de reformes per a l'impuls de la productivitat. Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/boe/dias/2005/11/19/pdfs/A37846-37868.pdf>

Mejores países a los que ir de Erasmus | Guía Erasmus en Santander Smartbank. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://santandersmartbank.es/guia-erasmus/paises>
Núm. (2016). Disposición 1290 del BOE núm. 35 de 2016. <http://www.boe.es>

Objetivo 8 | Department of Economic and Social Affairs. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://sdgs.un.org/es/goals/goal8>

Países admisibles | Erasmus+. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/es/programme-guide/part-a/eligible-countries>

Pararius - Rentals - Rental apartments in The Netherlands. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.pararius.com/english>

Política medioambiental para 2030: un cambio significativo | Noticias | Parlamento Europeo. (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20210701STO07544/politica-medioambiental-para-2030-un-cambio-significativo>

Problemas en el Erasmus y consejos para superarlos | Consejos Erasmus. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://erasmusu.com/es/blog-erasmus/consejos-erasmus/problemas-en-el-erasmus-y-consejos-para-superarlos-847147>

Productes - ICF.cat. (s.d.). Recuperat 27 novembre 2022, de <https://www.icf.cat/ca/productes-financers/index.html?BotoOp=prestecs>

Qui hi ha darrere les residències d'estudiants que proliferen a Barcelona? (s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.naciodigital.cat/noticia/255438/qui-darrere-residencies-estudiants-barcelona>

Quiénes somos | Lodgerin. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.lodgerin.com/es/quienes-somos>

Redes sociales más utilizadas - España 2022 | Tíndalos. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://tindalos.es/redes-sociales-mas-utilizadas-en-espana-en-2022/>

REGLAMENTO (UE) 2016/ 679 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO - de 27 de abril de 2016 - relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/ 46/ CE (Reglamento general de protección de datos). (s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>

Resa Residencias Universitarias. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de https://landings.resa.es/mantenimiento-22-23/?gclid=Cj0KCQjwnvOaBhDTARIsAJf8eVN26j8GSRDZXhUOKvPJv8xrlq-Lm_aIC5hAlkzTp02xlt0LCaM8W58aAhXrEALw_wcB

Reserva estancias baratas en habitaciones de Universidad, incluso si no eres un estudiante. (s.d.). Recuperat 27 novembre 2022, de <https://www.universityrooms.com/>

Residencias de estudiantes | Residencias en el extranjero | EF España. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.ef.com.es/pg/residencias-estudiantes/?semcp=S-DSA>

Residencias de estudiantes en Madrid | Dondememeto. (s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://dondememeto.com/residencias-colegios-mayores/madrid/madrid>

Roomless: casas y habitaciones en alquiler a medio y largo plazo. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://roomlessrent.com/es>

Serveis - Patau Gabinet Econòmic. (s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.pataugabineteconomic.com/ca/serveis/>

SITUACION DE LA VIVIENDA EN PAISES BAJOS PARA ESTUDIANTES Y TRABAJADORES EXTRANJEROS. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <http://www.exteriores.gob.es/Consulados/amsterdam/es/Comunicacion/Noticias/Pagina>

EasyRoom – Projecte emprenedor

[s/SITUACION-DE-LA-VIVIENDA-EN-PAISES-BAJOS-PARA-ESTUDIANTES-Y-TRABAJADORES-EXTRANJEROS.aspx](#)

Tarifas de Booking.com: ¿qué son y cómo se calculan? | Your.Rentals. (s.d.). Recuperat 26 novembre 2022, de <https://your.rentals/es/blog/tarifas-de-booking-com-que-son-y-como-se-calculan/>

The Social Hub | Más que un simple hotel - The Social Hub. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.thesocialhub.co/es/>

UNIRESI – Encuentra gratis tu residencia o tu colegio mayor. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.uniresi.es/>

Welkom - Stichting DUWO. (s.d.). Recuperat 18 novembre 2022, de <https://www.duwo.nl/>

ANNEXES

Annex 1: Anàlisi i conclusions entrevistes

Tots els estudiants que van marxar van coincidir en l'aspecte de què els hi va costar bastant trobar allotjament. Els canals que van utilitzar per cercar una residència o un pis d'estudiants van ser plataformes com Erasmusu, Rentola i agències immobiliàries, però finalment van acabar buscant a Facebook i és el canal on van trobar l'allotjament, arriscant-se a possibles estafes, tal i com menciona l'estudiant David Alfaro en la seva entrevista la qual es pot trobar a *l'annex 2: Entrevista alumne 1*. A més, es van sentir poc recolzats tant per la universitat de destí, com pel TecnoCampus. Per exemple, la Natalia Ercilla a la seva entrevista que es pot trobar a *l'annex 3: Entrevista alumne 2*, va citar textualment *"jo em vaig posar en contacte amb ells i els vaig trucar per telèfon per demanar-lis ajuda i explicant-lis la situació, que era molt complicat i la seva resposta va ser si no trobeu allotjament cancel·leu l'Erasmus"* i el Victor Luna a la seva entrevista, la qual es pot trobar a *l'annex 4: Entrevista alumne 3* va afegir que la universitat de Mataró no podia fer res.

Per acabar, se'ls hi va preguntar si reservarien residència en una web que te l'assegura al 100% i que poguessin veure des d'un principi totes les residències possibles i tots van respondre que si, ja que s'haguessin estalviat molt de temps i s'haurien sentit més segurs i tranquils.

Per altra banda, l'entrevista amb la Yaiza Bueno, la qual es pot trobar a *l'annex 5: Entrevista Yaiza Bueno* em va fer saber que les universitats internacionals normalment ofereixen opcions d'allotjament i que els estudiants poques vegades els hi fan saber els seus problemes. A més, va afegir que ells no busquen la universitat en funció de si ofereixen allotjament si no que es basen en si és possible convalidar assignatures. Cal destacar que ells no proporcionen cap plataforma per buscar residències que els hi pugui facilitar la cerca als estudiants, sinó que els hi recomanen que busquin en canals oficials i que contactin amb la residència. També se li va fer la pregunta de si recomanaria entre els alumnes que vulguin marxar a estudiar fora una web que els hi assegura la residència, i textualment va respondre *"Tot el que sigui poder facilitar als estudiants organitzar la seva mobilitat ho oferim, igual que fem per exemple es facilita una informació de com aconseguir una assegurança mèdica (...), tot el que siguin aquestes coses que els poden ajudar a facilitar per la preparació ho oferim"*.

De l'entrevista amb el Luis Cancio la qual es pot trobar a l'[annex 6: Entrevista Luis Cancio](#), els punts a destacar és que ell considera que el tema de buscar allotjament està tot molt més ben lligat per si vas a fer pràctiques a l'estranger que en les universitats i considera que les universitats han de donar eines a les persones que marxen de mobilitat i que el projecte que es vol dur a terme és una eina que pot ser molt útil pels estudiants.

Per últim, a les residències contactades se'ls hi van enviar les preguntes i totes van tenir en comú que hi ha una gran demanda i que quan un estudiant no aconsegueix la residència es posa en llista d'espera, però realment ningú els hi assegura que pugui quedar alguna plaça disponible i si queda és a últim moment, el que faria que l'estudiant estigués preocupat fins al final. Per altra banda, la residència CampusX Bari d'Itàlia va dir que no col·laboraria amb una altra plataforma, ja que només poden reservar des de la web i es promocionen només per Instagram, LinkedIn, Facebook i pel boca a boca (l'entrevista completa es pot trobar a l'[annex 7: Entrevista Campus X Bari d'Itàlia](#). La cadena de residències Xior va respondre que si col·laboraria amb una plataforma externa, ja que estan presents en altres plataformes on també es poden reservar les seves residències. (Es pot trobar l'entrevista a l'[annex 8: Entrevista cadena de residències XIOR](#)).

A més, també es va obtenir resposta de Resa, un competidor indirecte, pel fet que se centra en la reserva de residències només d'Espanya, la reserva és directa en el lloc web i quan un estudiant es queda sense residència li busquen un altre que pugui adequar-se al que busca i estan presents en xarxes socials, universitats i altres plataformes. Lògicament, no col·laborarien amb el projecte que es vol realitzar perquè podria desviar-los potencial clients a un altre web. (L'entrevista es pot trobar a l'[annex 9: Entrevista amb Beatriz Duarte de Resa](#)).

En definitiva, a partir d'aquestes entrevistes el Business Model Canvas es mantindrà igual, sense dur a terme cap canvi, pel fet que és tot molt similar al que han mencionat els enquestats. Les principals conclusions que es treuen és que els estudiants necessiten una web que els ajudi i faciliti la cerca de residències en països fora d'Espanya, que les universitats estan disposades a col·laborar per donar a conèixer la plataforma i que les residències moltes vegades estan presents en diverses plataformes per donar-se a conèixer, per tant, s'haurà de fer una bona recerca per trobar aquelles residències que puguin estar interessades a formar part del projecte.

Annex 2: Entrevista alumne 1

En el següent enllaç es pot trobar l'entrevista amb l'alumne David Alfaro, el qual va marxar d'Erasmus a Polònia:

<https://drive.google.com/drive/folders/1S04LzYo2-O2H7ArzG1Qao4WeRGmrlDf8?usp=sharing>

Annex 3: Entrevista alumne 2

En el següent enllaç es pot trobar l'entrevista amb l'alumne Natalia Ercilla, la qual va marxar d'Erasmus a Holanda:

https://drive.google.com/drive/folders/1E3c7jSUNzpWtkamQ-fLTbRnStUi7LI_J?usp=share_link

Annex 4: Entrevista alumne 3

En el següent enllaç es pot trobar l'entrevista amb l'estudiant Victor Luna, el qual va marxar d'Erasmus a Holanda:

https://drive.google.com/drive/folders/1UCZI8S0cf_wJgR1kHQ4xyQ_FUW99oHRW?usp=share_link

Annex 5: Entrevista Yaiza Bueno

En el següent enllaç es pot trobar l'entrevista amb la Yaiza Bueno, responsable del departament de relacions internacionals del TecnoCampus:

https://drive.google.com/drive/folders/15gtT-sG9yh0evODKWzRz2KkzEfpQwVzY?usp=share_link

Annex 6: Entrevista Luis Cancio

En el següent enllaç es pot trobar l'entrevista amb el Luis Cancio, responsable del departament de relacions internacionals de l'escola Pia Santa Anna de Mataró:

https://drive.google.com/drive/folders/1KLH_MWqwD-4BrdPE9mLmNlbM1FXLOmHi?usp=share_link

Annex 7: Entrevista Campus X Bari d'Itàlia

Hi Paula,

We are grateful to be part of your project.

That is the way we operate:

Students can book a place at CampusX throughout our website <https://www.cx-place.com/it/cx-bari.html> in which there is a section linked to rooms availability request.

In addition, they can contact us by email, telephone, Whatsapp or directly coming here.

Generally speaking, the process is easy, but because of the elevated demand of rooms, it is usually difficult and challenging to find an empty place. In fact, we advise them to start looking for a room months before their arrival. In case we have no rooms left, our Staff insert the customer's personal data on a waiting list for a potential future availability. Speaking of the channels, we use Instagram, Facebook, LinkedIn but especially the word of mouth to make ourselves known.

About the last point, CampusX Bari doesn't collaborate with [Booking.com](https://www.booking.com) or any other similar online platform because we just use the means mentioned above.

Annex 8: Entrevista cadena de residències XIOR

Entrevista Xior Barcelona

1. ¿Cómo pueden los estudiantes reservar una plaza?

Directamente desde nuestro sitio web, pero sino pueden hacerlo por teléfono o email también proporcionándonos sus datos.

2. ¿Pueden reservar directamente o se hace a través de otra plataforma?

Directamente

3. ¿Este proceso es fácil o les suele costar conseguir plaza?

El proceso de reservación es fácil puede ser más difícil dependiendo el mes y la disponibilidad

4. ¿Hay estudiantes que se quedan sin plaza? ¿Qué salida les dais en caso de que no encuentren residencia?

Les enviamos los contactos de las otras residencias Xior en BCN

5. ¿Qué canales utilizáis para daros a conocer?

Google, Instagram, YouTube, Twitter

6. ¿Ofreceríais plazas en una web que funcionase tipo Booking, es decir, los estudiantes entrarían en la web, buscarían residencias en función del país en el

que estén y si le gusta y cumple sus necesidades la podrían reservar directamente sin ningún problema?

Si, de hecho, ya lo hacemos. Pueden encontrarnos en otras plataformas para reservar.

Entrevista Xior Madrid

Buenas tardes Paula,

Muchas gracias por su interés en Residencia Xior Madrid Retiro, residencia situada en la calle Don Ramón de la Cruz 37.

En estos momentos nosotros no tenemos disponibilidad, pero le podemos incluir en la lista de espera por si surgiera la oportunidad de ofrecerle una plaza. Cualquier novedad, le avisaremos.

Si está interesada en el próximo curso 23/24 todavía no tenemos los precios establecidos, pero espero que muy pronto lo tengamos y si quiere se lo haremos llegar a su correo. Por el momento, le mando los precios que ya tenemos para este curso establecido 22/23 para que pueda tener una idea de que precios manejamos.

El periodo de alojamiento es de 9 meses y medio (duración del contrato). Comprende desde 1 septiembre hasta 15 junio. Finalizada la estancia y avisando con tiempo, esta pudiera extenderse en el caso que deseara alargar su estancia aquí en la residencia.

Existen también varias plataformas donde aparecemos. También se pueden reservar por ellas. Lo mejor es reservar directamente con nosotros una vez nos conozcas.

El proceso de reserva es fácil. El plazo de reserva se suele abrir para la primavera. Si reserva con tiempo no se quedaría sin plaza. Si se quedara sin plaza existen lista de espera donde podemos incluir al que así lo solicita.

Annex 9: Entrevista amb Beatriz Duarte de Resa

1. ¿Cómo pueden los estudiantes reservar una plaza? Puedes entrar en nuestra web y simular una reserva en resa.es verás que se hace a través de un motor de reservas mireserva.resa.es

2. ¿Pueden reservar directamente o se hace a través de otra plataforma? La reserva se hace directamente con RESA.

3. ¿Este proceso es fácil o les suele costar conseguir plaza? Depende de la ubicación de la residencia, evidentemente hay ciudades muy demandadas como Barcelona y Madrid, y ciudades menos como Tarragona. Pero en general, en Resa tenemos una tasa de ocupación muy elevada, siendo que algunas residencias tienen lista de espera.

4. ¿Hay estudiantes que se quedan sin plaza? ¿Qué salida les dais en caso de que no encuentren residencia? Respondo un poco en la pregunta anterior. Algunas residencias hay lista de espera. En el caso de que el estudiante busque alojamiento en una ciudad donde tenemos varias residencias lo que hacemos es encaminar para otra residencia RESA que tenga plazas disponibles.

5. ¿Qué canales utilizáis para daros a conocer? A través de nuestra web, redes sociales, plataformas colaboradoras, universidades.

6. ¿Ofreceríais plazas en una web que funcionase tipo Booking, es decir, los estudiantes entrarían en la web, buscarían residencias en función del país en el que estén y si le gusta y cumple sus necesidades la podrían reservar directamente sin ningún problema? Nos parece que se podría peligrar en desviar potenciales clientes a una web ajena, lo que podía comprometer nuestra actividad. Lo que sí hacemos normalmente es colaborar con plataformas de alojamiento (uniscopio, donde me meto, buscoresi), pero la reserva siempre se hace en Resa.

Annex 10: Anàlisi de les diferències amb la competència directa

Els competidors directes que més s'assemblen al model de negoci pel que fa al públic objectiu són University Room i Erasmusu, a causa que se centren només en els joves que vulguin realitzar una estada a l'estranger. Les altres tenen un públic objectiu més ampli i que abasta una quota de clients més gran. A més, destacar que totes ofereixen residències tant en el seu país d'origen com a altres països europeus.

Per altra banda, totes tenen presència en les xarxes socials, unes de manera més activa que altres. Per exemple, Erasmusu o Housing Anywhere tenen unes xarxes socials molt ben cuidades on publiquen amb freqüència i es nota que inverteixen en publicitat per donar-se a conèixer.

La principal diferència s'ha trobat en els mètodes de pagament, pel fet que n'hi ha moltes que sí que el pagament es fa directament en la plataforma, però s'ha de pagar tot de cop, cosa que un estudiant és molt poc probable que es pugui permetre pagar tota la seva estada en un sol pagament. A més, hi ha competidors com Housing AnyWhere o Erasmusu que primer et fan pagar una quota mensual per poder posar-te en contacte amb els propietaris i un cop et responguin poder fer el pagament corresponent si és el cas.

Annex 11: Anàlisi de les diferències amb la competència indirecta

Les principals diferències a destacar, és que majoritàriament se centren a oferir residències en el seu país d'origen i no en l'àmbit internacional, a més, cal destacar que el procés de reserva és més lent pel fet que empreses com Resa o Erasmus Play, primer envien la informació o et posen en contacte amb el propietari i després si hi ha disponibilitat es pot efectuar el pagament. Hi ha altres com Buscoresi o Uniresi que només t'envien informació de contacte de les residències.

Per altra banda, sense contar EF Education First, van dirigides principalment al mateix públic objectiu, és a dir, als estudiants d'universitat o màster que vagin a realitzar una mobilitat fora de la seva ciutat. Una altra similitud és que totes tenen presència en les xarxes socials, unes de manera més activa que altres, per exemple, EF Education First té una presència activa a les xarxes socials i envia molts mails per mantenir-se ven posicionat.

Annex 12. TAM, SAM, SOM d'estudiants i residències

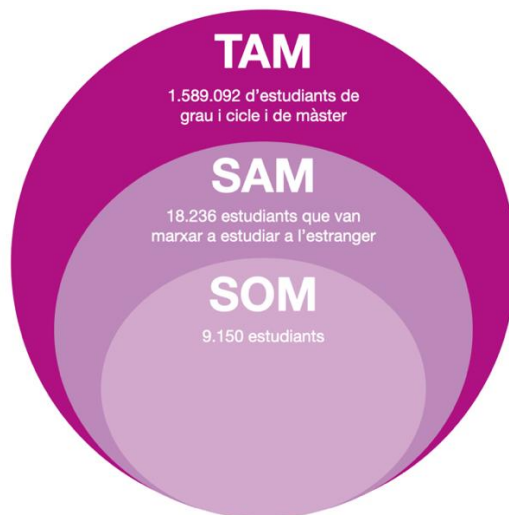
TAM, SAM, SOM ESTUDIANTS

Segons l'estadística d'estudiants Universitaris (EEU)¹¹, el nombre d'estudiants de grau i cicle i de màster el curs 2020-2021 és d'1.589.092, sent 1.340.632 estudiants de grau i cicle i 248.460 estudiants de màster.

El mercat disponible al qual s'ajusta l'oferta són els estudiants que han realitzat una mobilitat internacional. Segons l'estadística d'internacionalització l'any 2020-2021, el nombre d'estudiants que surten del Sistema Universitari Espanyol (SUE)¹² a través de programes de mobilitat va ser de 18.236 estudiants.

Al TecnoCampus hi ha aproximadament 3.688 estudiants matriculats i segons el departament de relacions internacionals, durant el curs 2020-2021 van marxar d'Erasmus un total de 105 estudiants, el que equival a un 2,85% del total d'estudiants de la universitat i un 0,58% respecte al total d'estudiants que van marxar fora a tota Espanya. Per tant, si es té en compte a Espanya hi ha un total d'1.589.092 estudiants i d'aquests marxen aproximadament com a mínim un 0,58% de cada universitat, la proporció del SAM a la que es donarà servei són un total de 9.150 estudiants.

Gràfic A. 1. TAM, SAM, SOM Estudiants



Font: Elaboració pròpia

¹¹ Estadística de estudiantes -. (s.d.). Recuperat 2 desembre 2022, de <https://www.universidades.gob.es/estadistica-de-estudiantes/>

¹² Estadísticas de Educación. EDUCAbase. (s.d.-a). Recuperat 27 novembre 2022, de http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Universitaria/Internacionalizacion/2021/Estudiantes_Internacionales//10/&file=Salida_Tot.px

TAM, SAM, SOM RESIDÈNCIES

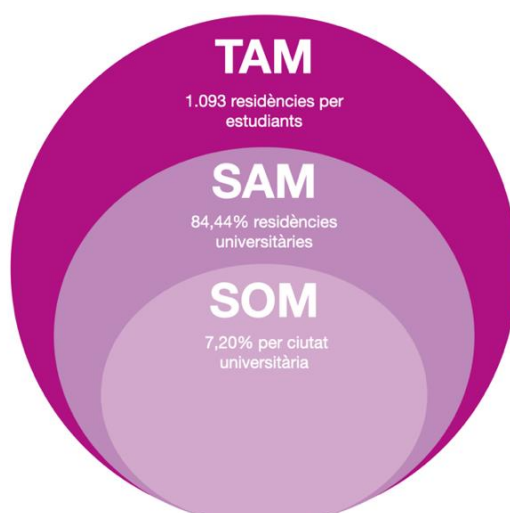
Per altra banda, s'ha realitzat un TAM, SAM, SOM de les residències universitàries en l'àmbit espanyol, degut a que és bastant complicat de saber el total de residències que hi ha en el món i en l'àmbit europeu.

Pel que fa al TAM, segons un article del Europapress a partir d'un estudi del Observatori Sectorial DBK de Informa¹³, a Espanya hi ha actualment 1093 residències per estudiants, les quals ofereixen un total de 110.368 places. D'aquestes 170 són col·legis majors on ofereixen 20.820 places aproximadament i 923 són residències universitàries, que ofereixen un total de 89.549 places.

El mercat disponible són totes les residències universitàries a Espanya, les quals suposen un 84,44% del total d'ofertes d'allotjament que hi ha.

A Barcelona segons les dades proporcionades per l'ajuntament¹⁴, hi ha actualment 63 residències universitàries, el que equival a un 6,82% del total de residències universitàries i s'espera arribar a 79 residències en poc temps. A Madrid hi ha en l'actualitat 70 residències universitàries¹⁵, el que equival a un 7,58% del total. Per tant, si es tenen en compte aquestes dades en les principals ciutats d'Espanya, la proporció del SAM a la que es podria donar servei és d'un 7,20% per ciutat universitària.

Gràfic A. 2. TAM, SAM, SOM Residències



Font: Elaboració pròpia

¹³ (Las residencias de estudiantes aumentan desde 2019: 60 centros y 18.062 plazas más en toda España, s.d.) Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.europapress.es/sociedad/educacion-00468/noticia-residencias->

¹⁴ (Qui hi ha darrere les residències d'estudiants que proliferen a Barcelona?, s.d.) Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.naciodigital.cat/noticia/255438/qui-darrere-residencies-estudiants-barcelona>

¹⁵ (Residencias de estudiantes en Madrid | Dondememeto, s.d.). Recuperat 29 maig 2023, de <https://dondememeto.com/residencias-colegios-mayores/madrid/madrid>

Annex 13. Anàlisi PESTEL

Factors polítics:

Actualment, Espanya compta amb un govern d'esquerres (PSOE), presidit pel Pedro Sánchez. A més, en els últims temps s'han viscut diverses situacions d'inestabilitat política.

EasyRoom en ser una plataforma de reserva d'habitacions per estudiants, haurà de tributar al tipus reduït del 10% com a un establiment hotel·ler (art 91.uno.2. 2º LIVA). (*Agencia Tributaria: Alquilo un apartamento turístico ¿tengo que ingresar IVA?, s.d.*)

Factors econòmics:

Durant l'any 2022 el PIB turístic d'Espanya va arribar al 159 mil milions d'euros nominals, sent un 1,4% superior al 2019 i ha suposat un 61% del creixement econòmic de l'economia espanyola durant el 2022. (*Exceltur | PIB Turístico Español, s.d.*)

Per altra banda, segons l'estudi sobre economia i desocupació realitzat per Datosmacro (*España: Economía y demografía 2023 | Datosmacro.com, s.d.*) la taxa de variació anual de l'IPC a Espanya ha estat del 6,1% durant aquest mes de febrer, dues dècimes superiors al mes anterior amb una variació mensual d'un 1%, per la qual cosa la inflació acumulada en 2023 és del 0,8%. A més, Espanya destaca per estar entre els països amb una major taxa de desocupació.

En últim lloc, si ens centrem en el consumidor d'Espanya, segons el centre d'investigacions sociològiques (De Resultados, s.d.), l'ICC (índex de confiança del consumidor) del mes de febrer és 71,6 punts, sent 1,4 punts menys respecte el període anterior, pel fet que ha disminuït 1,8 punts les expectatives de futur i 1 punt la valoració de la situació actual.

Factors socials:

Segons l'estadística d'internacionalització¹⁶ l'any 2020-2021, el nombre d'estudiants que surten del Sistema Universitari Espanyol (SUE) a través de programes de mobilitat va ser de 18.236 estudiants.

A més, segons un estudi realitzat per la CNMC, el comerç electrònic suposa uns guanys d'un 25,3% més respecte a l'any anterior, sent de 15.600 milions, on el 75% dels

¹⁶ Estadística de estudiantes -. (s.d.). Recuperat 2 desembre 2022, de <https://www.universidades.gob.es/estadistica-de-estudiantes/>

espanyols realitzen les compres a través del mòbil. Cal destacar que els sectors que majors ingressos suposen són la roba amb un 7,3% de facturació, les agències de viatges i operadors turístics amb un 7% i serveis auxiliars a la intermediació financera amb un 6% de facturació total. *(El comercio electrónico supera en España los 15.600 millones de euros en el primer trimestre de 2022, un 25,3% más que el año anterior | CNMC, s.d.)*

Per últim, segons l'estudi realitzat per Digital Report 2023, el nombre d'usuaris a escala mundial ha augmentat un 1,9% respecte al 2022, sent un total de 5.160 milions de persones. *(El número de usuarios de internet en el mundo crece un 1,9% y alcanza los 5.160 millones (2023) - Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce, s.d.)*

Factors tecnològics:

El pressupost del Ministeri de Ciència i Innovació arriba als 3,991 milions d'euros, una crescuda d'un 4% respecte a l'any anterior, sent un increment del 98% en tres anys. A més es preveu una partida global de 16.328€ en el sector I+D+i, provinents de fons europeus del Mecanisme de Recuperació i Resiliència. *(El Ministerio de Ciencia e Innovación: PGE 2023 | FI Group España, s.d.)*

Per altra banda, Erasmus+ ha dut a terme un pla d'aliances per la innovació, amb l'objectiu de reforçar l'ensenyament de noves capacitats i creant nous plans d'estudi a través de la cooperació i el flux de coneixements entre l'educació superior, l'educació i la formació professional. *(Alianzas para la innovación | Erasmus+, s.d.)*

Factors ecològics:

En aquest punt, cal destacar la política mediambiental fixada per la UE de cara al 2030 *(Política medioambiental para 2030: un cambio significativo | Noticias | Parlamento Europeo, s.d.)* que busca respondre l'impacte econòmic i social del canvi climàtic i està centrada a aconseguir economies circulars, reducció de gasos d'efecte hivernacle, la utilització de noves tecnologies i reforç d'incentius per tots aquells que siguin transparents amb el medi.

A més, l'impacte mediambiental que suposa un comerç electrònic és fins a un 15% menor que un comerç tradicional. *(Las ventajas medioambientales del eCommerce frente al comercio tradicional | Noticias | Marketing | TicPymes, s.d.)*

Factors legals:

A l'hora de crear un ecommerce, s'ha de tenir en compte les següents legislacions:

- Llei 34/2002, 11 de juliol, de Llei de Serveis de la Societat de la informació i el comerç electrònic (LSSI) BOE núm. 166, de 12/07/2002¹⁷. És una normativa que regula les activitats econòmiques a través d'internet.
- Reial decret legislatiu 1/2007, del 16 de novembre¹⁸, pel qual s'aprova el text refundat de la Llei general per la Defensa dels Consumidors i Usuaris i altres lleis complementàries.
- Llei orgànica 3/2018, del 5 de desembre, de Protecció de dades personals i garantia de drets digitals¹⁹.

Annex 14. Cadena de valor

De cara a l'anàlisi interna d'EasyRoom s'ha realitzat la cadena de valor de Porter, amb la finalitat d'optimitzar els processos de manera eficient, incrementar la producció i fidelitzar als clients:

Gràfic A. 3. Cadena de valor



Font: Elaboració pròpia

¹⁷ BOE-A-2002-13758 Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico., (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>

¹⁸ BOE-A-2007-20555 Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.,(s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

¹⁹ BOE-A-2018-16673 Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales., (s.d.). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>

EasyRoom – Projecte emprenedor

Pel que fa a les **activitats primàries**, el principal servei del negoci és facilitar i assegurar als estudiants que vagin a realitzar una estada a l'estranger una residència d'estudiants, és per això que el més important pel correcte desenvolupament del lloc i guanyar avantatge competitiu, és la incorporació de residències universitàries internacionals, així com el màrqueting i les comunicacions per donar a conèixer el negoci a partir de paid media, col·laboració amb universitats espanyoles, el correcte desenvolupament de les xarxes socials i atenció al client.

Pel que fa a les **activitats secundàries**, el punt més fort és el desenvolupament tecnològic, degut a que tot el procés de promoció, atenció al client, reserva i pagament és totalment online, és per això que a tots els departaments de l'empresa se'ls hi oferiran cursos de formació per augmentar els seus coneixements, i a més en el departament de màrqueting és on més persones contractades hi haurà per aconseguir un avantatge competitiu a base de publicitat i xarxes socials. A més, és imprescindible contractar un servei de software i manteniment web, així com comprar el domini.

Annex 15. Prototip web EasyRoom

Lloc web a l'ordinador:

<https://www.figma.com/proto/agrhsgkS4P08NTPQTpKEwV/EASYROOM?node-id=1%3A4&scaling=scale-down&page-id=0%3A1>

Lloc web al mòbil:

<https://www.figma.com/proto/3jXysBTYMFOR2xJmqvnyel/EASYROOM-IPHONE?node-id=1%3A11&scaling=scale-down&page-id=0%3A1>

Lloc web al ipad:

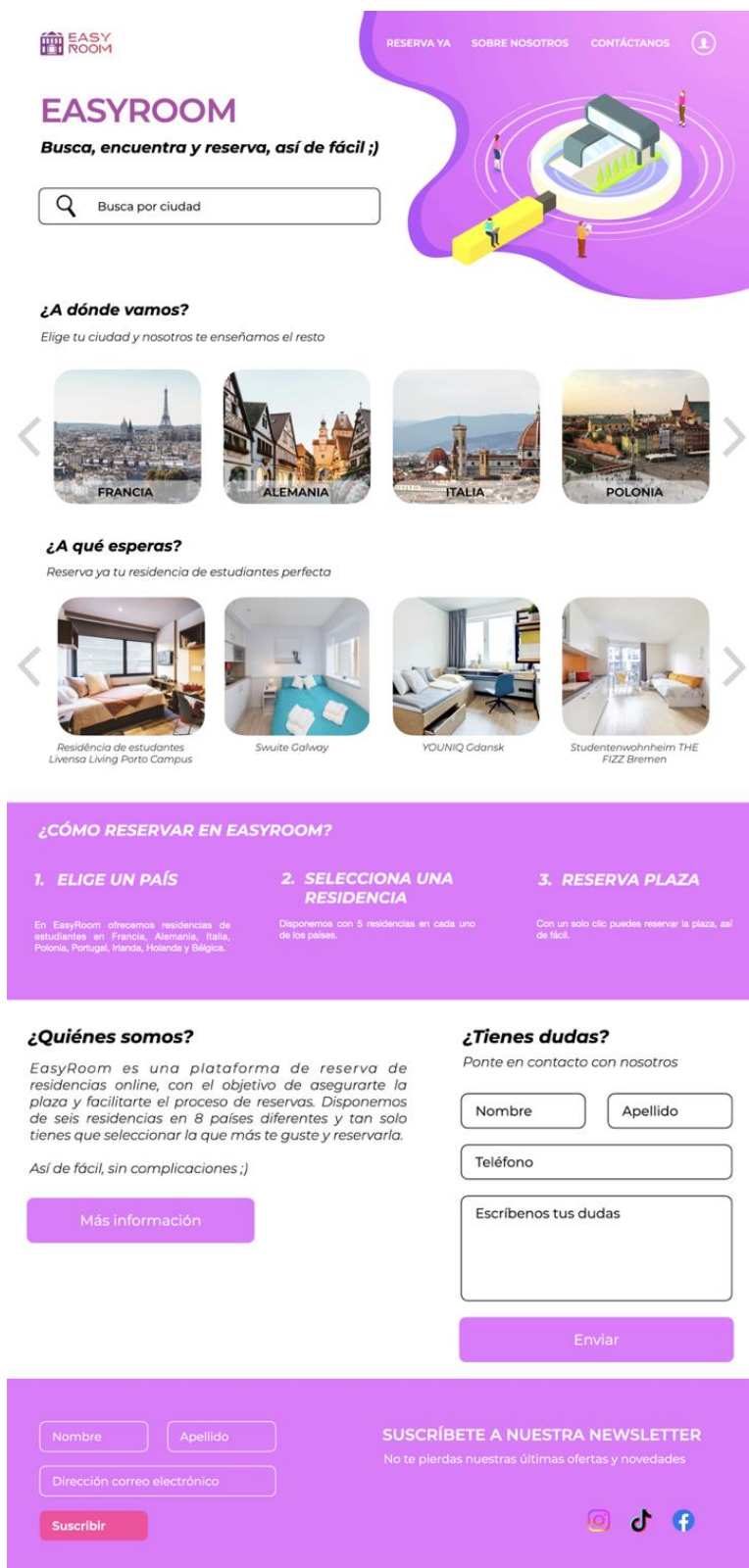
<https://www.figma.com/proto/U3oAL6jAbKuEKTyg5ZDhLR/EASYROOM-TABLET?node-id=1%3A2&scaling=scale-down&page-id=0%3A1>

Figura A. 1. Prototip lloc web



Font: Elaboració pròpia

Figura A. 2. Pàgina prototip web



Font: Elaboració pròpia

Annex 16. Taules previsió de vendes de l'escenari pessimista, optimista, realista

Taula A. 1. Previsió de vendes, escenari pessimista

ESCENARI PESSIMISTA													
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES PRIMER ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 1													
Reserves mensuals de residències	100	100	100	100	100	80	80	80	80	35	20	3	
Nombre de places totals	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	4.750 €	4.750 €	4.750 €	4.750 €	4.750 €	3.800 €	3.800 €	3.800 €	3.800 €	1.663 €	950 €	143 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	3.000 €												
TOTAL	7.750 €	4.750 €	4.750 €	4.750 €	4.750 €	3.800 €	3.800 €	3.800 €	3.800 €	1.663 €	950 €	143 €	44.705 €
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES SEGON ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 2													
Reserves mensuals de residències	110	110	110	110	110	88	88	88	88	39	22	3	
Nombre de places totals	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	5.225 €	5.225 €	5.225 €	5.225 €	5.225 €	4.180 €	4.180 €	4.180 €	4.180 €	1.829 €	1.045 €	157 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	3.300 €												
TOTAL	8.525 €	5.225 €	5.225 €	5.225 €	5.225 €	4.180 €	4.180 €	4.180 €	4.180 €	1.829 €	1.045 €	157 €	49.176 €
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES TERCER ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 3													
Reserves mensuals de residències	121	121	121	121	121	97	97	97	97	42	24	4	
Nombre de places totals	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	5.748 €	5.748 €	5.748 €	5.748 €	5.748 €	4.598 €	4.598 €	4.598 €	4.598 €	2.012 €	1.150 €	172 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	3.630 €												
TOTAL	9.378 €	5.748 €	5.748 €	5.748 €	5.748 €	4.598 €	4.598 €	4.598 €	4.598 €	2.012 €	1.150 €	172 €	54.093 €

Font: Elaboració pròpia

Taula A. 2. Previsió de vendes, escenari optimista

ESCENARI OPTIMISTA													
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES PRIMER ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 1													
Reserves mensuals de residències	1000	1000	1000	1000	1000	750	750	750	750	500	200	4	
Nombre de places totals	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	47.500 €	47.500 €	47.500 €	47.500 €	47.500 €	35.625 €	35.625 €	35.625 €	35.625 €	23.750 €	9.500 €	190 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	30.000 €												
TOTAL	77.500 €	47.500 €	47.500 €	47.500 €	47.500 €	35.625 €	35.625 €	35.625 €	35.625 €	23.750 €	9.500 €	190 €	443.440 €
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES SEGON ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 2													
Reserves mensuals de residències	1100	1100	1100	1100	1100	825	825	825	825	550	220	4	
Nombre de places totals	1320	1320	1320	1320	1320	1320	1320	1320	1320	1320	1320	1320	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	52.250 €	52.250 €	52.250 €	52.250 €	52.250 €	39.188 €	39.188 €	39.188 €	39.188 €	26.125 €	10.450 €	209 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	33.000 €												
TOTAL	85.250 €	52.250 €	52.250 €	52.250 €	52.250 €	39.188 €	39.188 €	39.188 €	39.188 €	26.125 €	10.450 €	209 €	487.784 €
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES TERCER ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 3													
Reserves mensuals de residències	1210	1210	1210	1210	1210	908	908	908	908	605	242	5	
Nombre de places totals	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	57.475 €	57.475 €	57.475 €	57.475 €	57.475 €	43.106 €	43.106 €	43.106 €	43.106 €	28.738 €	11.495 €	230 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	36.300 €												
TOTAL	93.775 €	57.475 €	57.475 €	57.475 €	57.475 €	43.106 €	43.106 €	43.106 €	43.106 €	28.738 €	11.495 €	230 €	536.562 €

Font: Elaboració pròpia

Taula A. 3. Previsió de vendes, escenari realista

ESCCENARI REALISTA													
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES PRIMER ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 1													
Reserves mensuals de residències	450	450	450	450	450	380	380	380	380	290	150	4	
Nombre de places totals	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	21.375 €	21.375 €	21.375 €	21.375 €	21.375 €	18.050 €	18.050 €	18.050 €	18.050 €	13.775 €	7.125 €	190 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	13.500 €												
TOTAL	34.875 €	21.375 €	21.375 €	21.375 €	21.375 €	18.050 €	18.050 €	18.050 €	18.050 €	13.775 €	7.125 €	190 €	213.665 €
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES SEGON ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 2													
Reserves mensuals de residències	580	580	580	580	580	500	500	500	500	250	200	6	
Nombre de places totals	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	27.550 €	27.550 €	27.550 €	27.550 €	27.550 €	23.750 €	23.750 €	23.750 €	23.750 €	11.875 €	9.500 €	285 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	17.400 €												
TOTAL	44.950 €	27.550 €	27.550 €	27.550 €	27.550 €	23.750 €	23.750 €	23.750 €	23.750 €	11.875 €	9.500 €	285 €	271.810 €
DISTRIBUCIÓ PREVISIÓ DE VENDES TERCER ANY													
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	TOTAL
VENDES ANY 3													
Reserves mensuals de residències	700	700	700	700	700	600	600	600	550	450	350	10	
Nombre de places totals	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	
Preu mitjà de les residències	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	
10% de comissió per reserva	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	
30€ de gastos de gestió per reserva	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	30 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER COMISSIÓ	33.250 €	33.250 €	33.250 €	33.250 €	33.250 €	28.500 €	28.500 €	28.500 €	26.125 €	21.375 €	16.625 €	475 €	
TOTAL D'INGRESSOS PER GASTOS DE GESTIÓ	21.000 €												
TOTAL	54.250 €	33.250 €	33.250 €	33.250 €	33.250 €	28.500 €	28.500 €	28.500 €	26.125 €	21.375 €	16.625 €	475 €	337.350 €

Font: Elaboració pròpia

Annex 17. Prototips xarxes socials

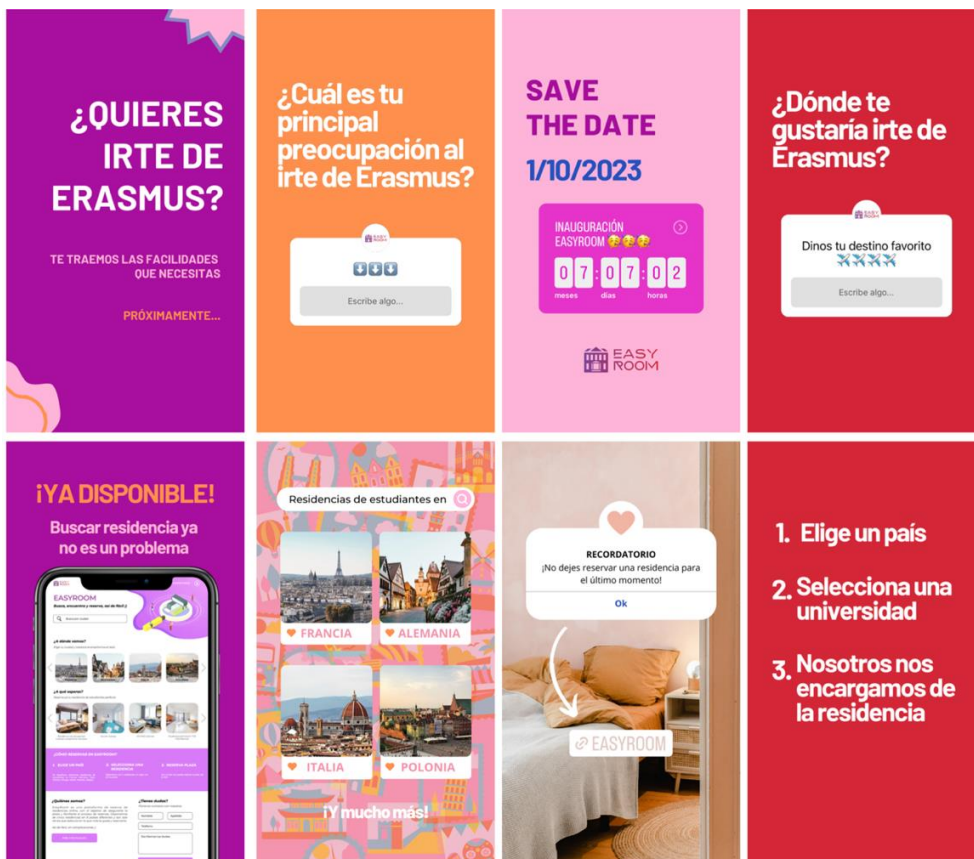
INSTAGRAM

Figura A. 3. Prototip publicacions Instagram



Font: Elaboració pròpia

Figura A. 4. Prototip històries Instagram



Font: Elaboració pròpia

FACEBOOK

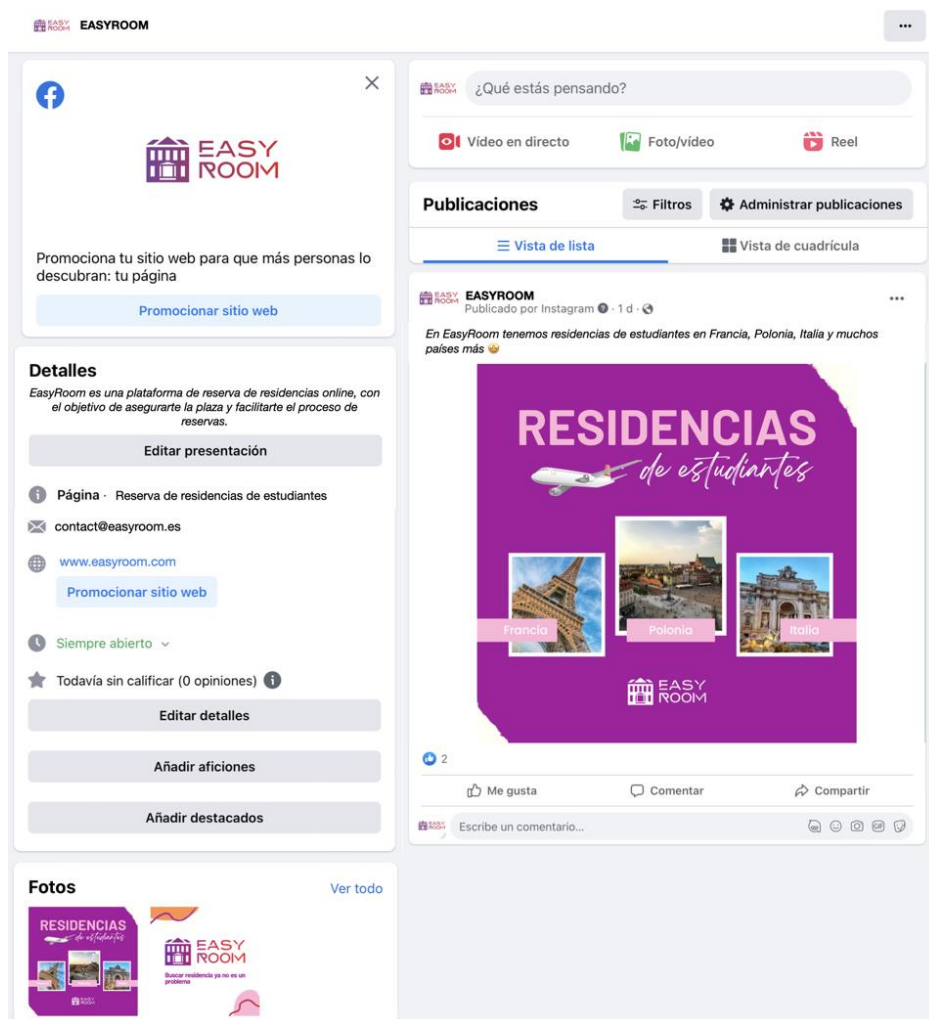
Figura A. 5. Pàgina d'inici de Facebook



Font: Elaboració pròpia

EasyRoom – Projecte emprendedor

Figura A. 6. Pàgina de Facebook



Font: Elaboració pròpia

TIKTOK

Figura A. 7. Prototip vídeos Tik Tok



Font: Elaboració pròpia

GOOGLE ADS

Figura A. 8. Prototip anuncis Google Ads

Reserva ya tu residencia | Alojamiento para estudiantes | Residencias en 8 países Y 4 más
Anuncio www.easyroom.com
Reserva tu residencia de estudiantes perfecta con EasyRoom. ¡Residencias en más de 8 países!...

EasyRoom reserva de residencias | Plazas limitadas en residencias | Residencias de estudiantes Y 4 más
Anuncio www.easyroom.com
Busca, encuentra y reserva, así de fácil. Plataforma de reserva de residencias online. Seis residencias por país...

Font: Elaboració pròpia

CAMPANYA E-MAIL MÀRQUETING

Figura A. 9. Campaña e-mail màrqueting

The image displays an email marketing campaign for EasyRoom, presented in both desktop and mobile views. The desktop version features a purple background with a pink header box containing the text: "¿QUIERES IRTE DE ERAMUS Y NO ENCUENTRAS ALOJAMIENTO?". Below this, it states "En EasyRoom tenemos residencias en:" followed by three statistics: "8 Países", "Des de 475 euros", and "10 Plazas por residencia". A pink button labeled "VISITA NUESTRA WEB" is positioned below the statistics. Underneath, the text "¡Estas residencias y muchas más en nuestra web!" is followed by three small images of student residences: "Residencia de estudiantes Livensa Living Porto Campus", "Swuite Galway", and "YOUNIQ Gdansk". A section titled "¿Tienes dudas?" includes the text "Ponte en contacto con nosotros" and a pink "CONTÁCTANOS" button. Contact information is provided: "contact@easyroom.es" and "+34 667 51 43 53", along with social media icons for Instagram, TikTok, and Facebook. At the bottom, the website "www.easyroom.com" and location "Barcelona - Spain" are listed, with an "Unsubscribe" link.

The mobile version of the campaign is shown on a smartphone screen, mirroring the desktop layout but with a smaller font size and a more compact design. It includes the same header, statistics, button, and contact information, all adapted for a mobile viewing experience.

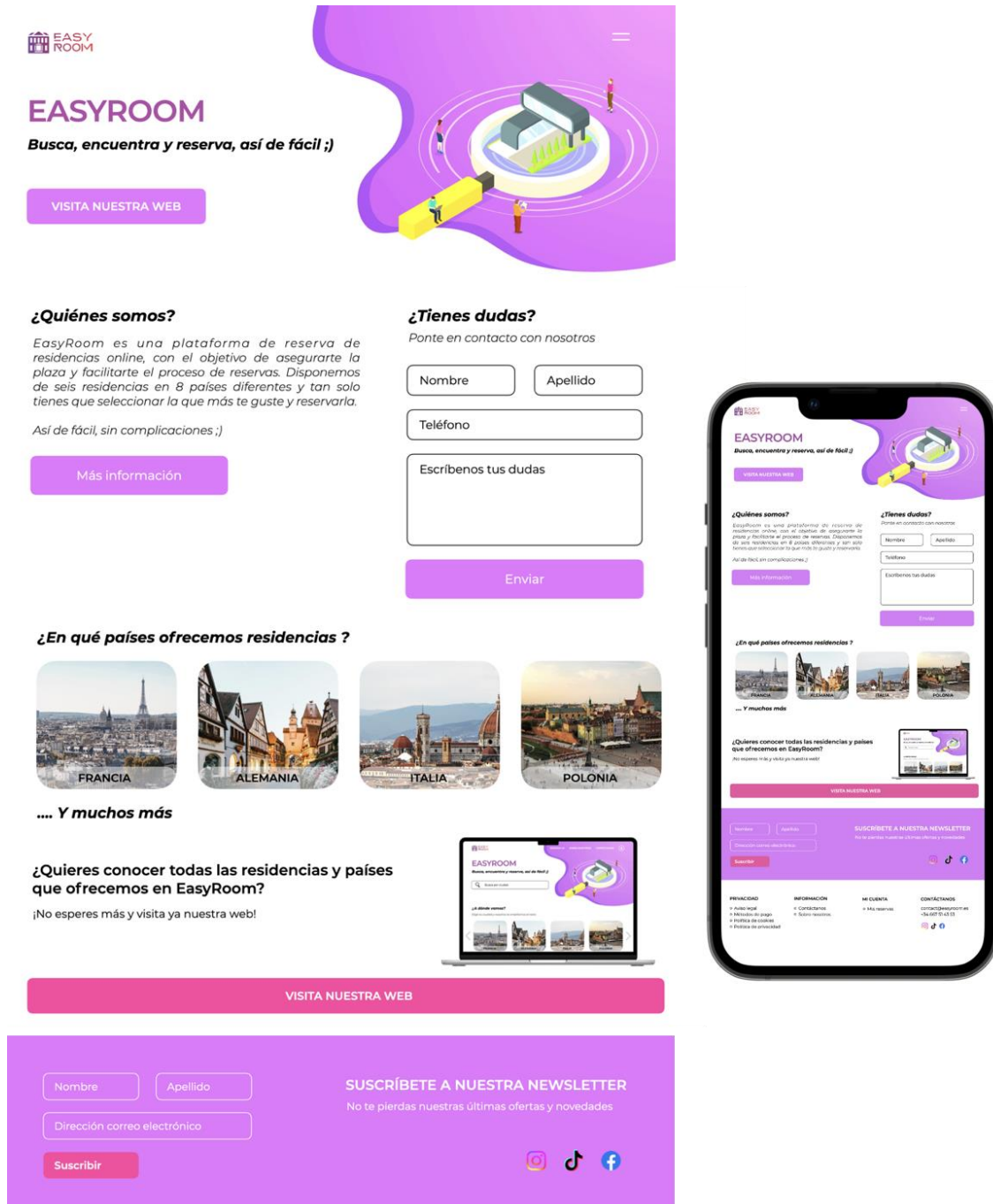
Font: Elaboració pròpia

LANDING PAGE

Landing page al mòbil:

<https://www.figma.com/proto/0mcrlFVwD4NE9B2TCBCf6v/LANDING-PAGE-EASYROOM?node-id=1%3A8&scaling=scale-down&page-id=0%3A1>

Figura A. 10. Prototip landing page



Font: Elaboració pròpia

Annex 18. Pressupost de costos per al segon i tercer any del pla de màrqueting

Taula A. 4. Pressupost de costos per al segon any del pla de màrqueting

PRESSUPOST COSTOS PLA DE MÀRQUETING ANY 2													TOTAL
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	
1. ACCIONS SOBRE PRODUCTE	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	1.200 €
1.1 ACCIONS SEGONS LÍNIA DE PRODUCTE	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	
1.1.3. Manteniment de la pàgina web	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	
2. ACCIONS SOBRE PREUS													
2.1 FONTS D'INGRÉS													
2.2 FIXACIÓ DE PREUS													
3. ACCIONS SOBRE COMUNICACIÓ	2.350 €	1.350 €	1.350 €	6.750 €	6.950 €	7.200 €	10.450 €	7.850 €	7.850 €	7.800 €	7.600 €	3.450 €	70.950 €
3.1 ACCIONS RRPP (patrocini)	500 €	500 €	500 €	5.700 €	5.700 €	5.750 €	5.800 €	5.800 €	5.800 €	5.750 €	5.750 €	1.600 €	
3.1.3. Col·laboracions amb influencers	0 €	0 €	0 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	1.000 €	
3.1.4. Publicitat en mitjans pagats	500 €	500 €	500 €	700 €	700 €	750 €	800 €	800 €	800 €	750 €	750 €	600 €	
3.2 XARXES SOCIALS	425 €	425 €	425 €	525 €	625 €	725 €	1.025 €	1.025 €	1.025 €	1.025 €	925 €	925 €	
3.2.1. Campanyes de mailing	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €	
3.2.2. Activació de xarxes socials													
3.1.3. Facebook Ads	200 €	200 €	200 €	250 €	300 €	350 €	500 €	500 €	500 €	500 €	450 €	450 €	
3.1.3. Tiktok Ads	200 €	200 €	200 €	250 €	300 €	350 €	500 €	500 €	500 €	500 €	450 €	450 €	
3.3 APLICACIÓ	500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	300 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
3.2.2. Imatges/Videos	500 €						300 €						
3.3 PROMOCIÓ	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
3.3. Sorteig							1.000 €						
4. ACCIONS SOBRE COMERCIALIZACIÓ	100 €	340 €	240 €	0 €	50 €	240 €	240 €	0 €	0 €	240 €	0 €	0 €	1.450 €
4.1 ACCIONS DE CAPTACIÓ DE CLIENTS	100 €	340 €	240 €	0 €	50 €	240 €	240 €	0 €	0 €	240 €	0 €	0 €	
4.1.1. Generació de bases de dades													
4.1.2. Visites comercials a universitats		240 €	240 €			240 €	240 €			240 €			
4.1.3. Creació de flyers i materials visuals	100 €	100 €			50 €								
TOTAL	2.550 €	1.790 €	1.690 €	6.850 €	7.100 €	7.540 €	10.790 €	7.950 €	7.950 €	8.140 €	7.700 €	3.550 €	73.600 €

Font: Elaboració pròpia

Taula A. 5. Pressupost de costos per al tercer any del pla de màrqueting

PRESSUPOST COSTOS PLA DE MÀRQUETING ANY 3													TOTAL
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	
1. ACCIONS SOBRE PRODUCTE	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	1.200 €
1.1 ACCIONS SEGONS LÍNIA DE PRODUCTE	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	
1.1.3. Manteniment de la pàgina web	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	
2. ACCIONS SOBRE PREUS													
2.1 FONTS D'INGRÉS													
2.2 FIXACIÓ DE PREUS													
3. ACCIONS SOBRE COMUNICACIÓ	2.400 €	1.400 €	1.464 €	8.814 €	9.014 €	9.264 €	12.514 €	9.914 €	9.914 €	9.864 €	9.664 €	4.514 €	88.740 €
3.1 ACCIONS RRPP (patrocini)	550 €	550 €	550 €	7.700 €	7.700 €	7.750 €	7.800 €	7.800 €	7.800 €	7.750 €	7.750 €	2.600 €	
3.1.3. Col·laboracions amb influencers	0 €	0 €	0 €	7.000 €	7.000 €	7.000 €	7.000 €	7.000 €	7.000 €	7.000 €	7.000 €	2.000 €	
3.1.4. Publicitat en mitjans pagats	550 €	550 €	550 €	700 €	700 €	750 €	800 €	800 €	800 €	750 €	750 €	600 €	
3.2 XARXES SOCIALS	425 €	425 €	457 €	557 €	657 €	757 €	1.057 €	1.057 €	1.057 €	1.057 €	957 €	957 €	
3.2.1. Campanyes de mailing	25 €	25 €	57 €	57 €	57 €	57 €	57 €	57 €	57 €	57 €	57 €	57 €	
3.2.2. Activació de xarxes socials													
3.1.3. Facebook Ads	200 €	200 €	200 €	250 €	300 €	350 €	500 €	500 €	500 €	500 €	450 €	450 €	
3.1.3. Tiktok Ads	200 €	200 €	200 €	250 €	300 €	350 €	500 €	500 €	500 €	500 €	450 €	450 €	
3.3 APLICACIÓ	500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	300 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
3.2.2. Imatges/Videos	500 €						300 €						
3.3 PROMOCIÓ	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	1.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
3.3. Sorteig							1.000 €						
4. ACCIONS SOBRE COMERCIALIZACIÓ	120 €	400 €	280 €	0 €	60 €	280 €	280 €	0 €	0 €	280 €	0 €	0 €	1.700 €
4.1 ACCIONS DE CAPTACIÓ DE CLIENTS	120 €	400 €	280 €	0 €	60 €	280 €	280 €	0 €	0 €	280 €	0 €	0 €	
4.1.1. Generació de bases de dades													
4.1.2. Visites comercials a universitats		280 €	280 €			280 €	280 €			280 €			
4.1.3. Creació de flyers i materials visuals	120 €	120 €			60 €								
TOTAL	2.620 €	1.900 €	1.844 €	8.914 €	9.174 €	9.644 €	12.894 €	10.014 €	10.014 €	10.244 €	9.764 €	4.614 €	91.640 €

Font: Elaboració pròpia

Annex 19. Explicació detallada del flux d'operació

En el flux d'operació s'ha de tenir en compte tant la captació de residències com la dels estudiants, ja que sense les residències no hi hauria negoci i el procés és diferent.

El primer pas a realitzar és **contactar amb residències fora d'Espanya** i que el seu país estigui dins del programa Erasmus, a partir d'aquí es farien **reunions** presencials o en línia segons les preferències de la universitat per tal de presentar el projecte i tancar

acords, formalitzant el procés a partir de signar un conveni per estar presents en el lloc web i seguidament es passaria a crear el lloc web i incorporar les residències. Aquest procés es faria durant els **mesos de setembre i octubre**, on les universitats ja tenen constància dels països que participaran en el programa i encara no han començat les reunions informatives d'Erasmus, amb l'objectiu principal de captar les residències dels països més potencials i no tenir cap d'algun país que no s'ofereixi en universitats espanyoles.

Un cop s'han captat les residències, el següent pas és **captar als estudiants** i es farà a través de **publicitat** en mitjans de pagament com Google Ads, Facebook Ads, i altres xarxes socials com TikTok i campanyes d'e-mail màrqueting un cop s'hagin recollert dades, a més també es farà **publicitat offline** participant en les xerrades de les universitats espanyoles per tal de fer-los conèixer als estudiants el lloc web, el seu funcionament i els països i residències que poden trobar. Aquest procés es farà a partir de **finals d'octubre** que és quan comencen a fer xerrades d'Erasmus i la publicitat és quelcom que es mantindrà constant tot l'any. Cal destacar que les xerrades se solen fer entre dos i tres cops durant el curs, totes amb diferents finalitats i es participaran en totes.

Un cop realitzats aquests passos, els estudiants **començaran a visitar el lloc web** on els apareixerà totes les residències i països que s'ofereixen, així com formularis de contacte per resoldre dubtes i la possibilitat de subscriure's per no perdre cap informació. A més per veure la **viabilitat**, els estudiants podran accedir a una landing page que els hi donarà una primera idea del que apareixerà al lloc web i saber si el que oferim està dintre del que ells volen i en cas d'estar dintre de les seves preferències podran ser redirigits a la pàgina web i veure tota la informació esmentada anteriorment. Aquest procés tindrà més importància a partir de **desembre** que és quan s'ha d'escollir el país i la universitat a la qual vols anar i cap a **mitjans de gener**, principis de **febrer** que és quan surt la universitat definitiva i has de començar a mirar allotjament.

Un cop visitada la plataforma hi ha dues opcions; la primera és **que no reservin res** i, per tant, s'invertirà en més publicitat i es buscaran noves universitats a oferir al lloc web. Per altra banda, si **decideixen reservar**, el pagament serà mensual i ho podran fer a partir de diversos mitjans de pagament com transferència bancària, PayPal, TPV virtual o domicialització. En el cas que es **tiressin enrere** i no realitzessin la reserva, hi haurà un xat d'assistència per resoldre els possibles dubtes que puguin sorgir i transmetre la

confiança que pot arribar a faltar, si després d'això continuen sense voler pagar, el pas a realitzar es **continuar invertint en més publicitat i acotar-la més**. Un cop hagin decidit efectuar el pagament se'ls hi enviarà un correu de confirmació de compra amb totes les condicions i informació necessària, així com tindran accés a la seva àrea privada on podran gestionar la seva reserva i els pagaments. Aquest procés es començarà a partir de **març** que és quan els estudiants ja han mirat bé totes les seves opcions i decideixen on volen allotjar-se.

Per últim, entraria la part de **fidelització**, on en acabar l'estada se'ls enviarà una enquesta per conèixer la seva experiència en la residència i s'enviaran mails amb informació de residències i descomptes per noves estades un cop hagin passat uns mesos després de finalitzar l'estada.

Annex 20. Cronograma

	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY
1. CONCEPTUALITZAR I JUSTIFICAR EL NEGOCI 1.1 Identificació de les característiques personals i motivacions de l'equip emprendedor 1.2 Realització i justificació del model de negoci CANVAS 1.3 Grau d'innovació i sostenibilitat del negoci									
2. PLA DE MÀRQUETING 2.1 Anàlisi de la competència 2.2 Anàlisi DAFO 2.3 Anàlisi de les 4Cs									
3. PLA D'OPERACIONS 3.1 Identificació del procés de producció del producte/servei 3.2 S'han definit les activitats clau del procés de producció 3.3 S'han determinat tots els recursos clau 3.4 S'ha establert el pressupost de producció									
4. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS 4.1 Identificació dels llocs de treball: organigrama 4.2 Definició del llocs de treball 4.3 Definició de la política retributiva 4.4 Valoració econòmica del plan de recursos humans									
5. PLA ECONÒMIC-FINANCIER INICIAL 5.1 Previsió d'ingressos i despeses dels tres primers anys 5.2 Conclusions inicials a partir dels resultats analitzats									
6. PLA JURÍDIC-FISCAL 6.1 Determinació de la forma jurídica i els requeriments generals de constitució de l'empresa i/o la normativa específica del negoci.									
7. PLA ECONÒMIC-FINANCIER 7.1 Previsió d'inversions i finançament 7.2 Previsió d'ingressos i despeses dels tres primers anys 7.3 Pla de tresoreria dels tres primers anys 7.4 Anàlisi i informe financer dels tres primers anys 7.5 Realització informe de viabilitat									

Font: Elaboració pròpia

Annex 21. Activitats claus i pla de contingència

Contactar amb residències internacionals per tal d'oferir-les col·laborar en la plataforma. Les residències seran dels països que més volum d'estudiants vagin a estudiar amb la finalitat d'assegurar la reserva de totes les places disponibles.

Com a **pla de contingència** cap a la possibilitat que les residències escollides no vulguin participar en la plataforma pel que es tindrà un llistat amb altres alternatives i un altre llistat amb països nous i residències de cada país per tal de no quedar-se sense una varietat d'opcions a oferir. En cas que cap residència volgués formar part del projecte, seria un problema pel fet que suposaria que el negoci no pogués iniciar i, per tant, la idea de negoci es cancel·laria, és per això que per evitar-ho, com a **pla de contingència** es canviaria la idea de negoci i es passaria a oferir pisos i habitacions per estudiants, en lloc d'habitacions a residències universitàries.

Creació i manteniment de la pàgina web: la plataforma es crearà a partir de l'WordPress amb el programa de WordPress i es treballarà el posicionament de les residències, la coherència i el valor d'EasyRoom així com el posicionament SEO i SEM de la pàgina web per atraure als usuaris.

Cal destacar que el servei de l'WordPress actua sobre qualsevol problema que pugui ocórrer en la plataforma. Igualment per evitar qualsevol **contingència** hi haurà una persona dedicada al manteniment del lloc web, així com una còpia de seguretat en el cas que caigui la plataforma.

Donar-se a conèixer en les universitats espanyoles perquè els estudiants que vagin a realitzar una estada a l'estranger tinguin coneixement sobre EasyRoom i sàpiguen quins països són els que s'ofereixen.

Com a **pla de contingència** cap la possibilitat que algunes universitats no estiguin disposades a col·laborar amb EasyRoom o no permetin que es vagi a les reunions d'Erasmus, per la qual cosa es tindrà un llistat addicional amb altres universitats que estiguin interessades i en cas que no deixin anar a les reunions se'ls enviarà un *mail* amb tota la informació que els alumnes necessiten per conèixer la plataforma.

Donar-se a conèixer en les xarxes socials: s'invertirà en Facebook Ads, TikTok Ads i Google Ads amb la finalitat d'arribar a molts més estudiants i donar-se a conèixer en altres ciutats, així com campanyes d'e-mail màrqueting.

Pel que fa al **pla de contingència**, aquest procés serà realitzat en diferents plataformes, combinant la publicitat orgànica i pagada, tenint una gran varietat de canals i en cas de tenir algun problema en un dels canals de comunicació hi haurà altres canals activats, pel que sempre hi haurà alguna alternativa funcionant. A més, hi haurà personal dedicat a les xarxes socials per tenir un control acurat i evitar possibles dificultats, a més es farà un informe setmanal per anar controlant el rendiment dels anuncis amb la finalitat d'evitar que algun no estigui rendint correctament i actuar en conseqüència.

Annex 22. Recursos claus i pla de contingència

Comercial: per tal de poder col·laborar amb les residències és imprescindible fer una recerca d'aquestes per saber primer de tot quins són els països que més gent va d'Erasmus i d'aquests buscar les residències que més probabilitats tinguin de voler col·laborar amb EasyRoom i d'aquesta manera donar-se a conèixer en una nova plataforma. Hi haurà un comercial i la sòcia del negoci encarregats d'executar aquesta tasca i trobar les millors residències per afegir a la plataforma.

Com a **pla de contingència** s'ha de tenir en compte que és probable que no totes les residències estiguin interessades en col·laborar, per lo que es tindrà un llistat d'altres residències en aquell país en concret i un altre de nous països amb noves residències en el cas que no aconseguim cap d'un país en concret. A més, és una tasca que implica molta feina prèvia i es pot donar el cas que no s'arribi a temps a tenir totes les residències abans del llançament, és per això hi hauran dues persones per tal d'agilitzar el procés i evitar possibles complicacions.

Despeses de desplaçament: s'ha de tenir en compte les despeses de transport a l'hora de desplaçar-se a diferents països per reunir-se amb les residències i anar a vàries universitats espanyoles a fer les presentacions del projecte.

En cas que aquestes despeses siguin molt elevades i l'empresa no es pugui permetre pagar-ho, com a **pla de contingència** es faran les reunions a través de Zoom o Google Meets.

Community manager: la persona encarrega del màrqueting ha de ser molt proactiva i ha de tindre els coneixements suficients per dur a terme la tasca. Per tal de donar-se millor a conèixer i arribar més gent es crearà contingut enfocat i dirigit al públic objectiu, mostrant-se totalment transparent, així com transmetent els valors de la marca i tenint una imatge digital ben treballada.

Com a **pla de contingència** cap la possibilitat que en alguna plataforma els continguts no arribin als usuaris, pel que és farà un estudi en cada xarxa social per conèixer les tendències del moment i adaptar el contingut a aquestes i en cas que alguna xarxa social no funcioni, si és el cas, es prescindirà d'ella i es buscarà un altre on el tipus de contingut sigui més afí a la marca. A més, hi hauran dues persones encarregades del màrqueting per tal de tenir un major control de totes les tasques i assegurar que es realitzin adequadament i podran realitzar cursos de formació per tal de millorar i aprendre estratègies de màrqueting.

Flyers i presentacions: per tal de col·laborar amb les universitats i que d'aquesta manera ens donin a conèixer entre els alumnes es faran presentacions explicant en què consisteix el negoci, quantes residències es poden trobar i en quins països. A més als alumnes se'ls hi donaran flyers informatius de l'empresa amb tota la informació resumida, el lloc web i mètodes de contacte.

Pot haver-hi la possibilitat que no permetin assistir a les xerrades informatives sobre l'Erasmus per lo que com a **pla de contingència**, s'enviarà tant la presentació com els flyers als encarregats de les xerrades perquè s'ho entreguin als alumnes, així com que es tindrà un llistat amb noves universitats amb les que col·laborar.

Captació de mails i campanyes d'e-mail màrqueting: tant en les xerrades com en les xarxes socials i el lloc web hi haurà l'opció de què els usuaris deixin el seu correu per tal d'obtenir més informació i amb aquesta captació es començaran a fer campanyes d'email màrqueting per estar presents en la ment d'aquests usuaris.

Al haver-hi la possibilitat de que hi hagin universitats que no vulguin col·laborar amb EasyRoom, des del lloc web els usuaris podran deixar el seu correu de contacte per a més informació i subscriure's a la *newsletter*. A més, com a **pla de contingència** hi haurà una *landing page* a Instagram on els usuaris podran fer una primera ullada a les principals residències i països que hi participaran, així com un espai on puguin deixar

les dades de contacte per obtenir més informació i d'aquesta manera poder recollir dades.

Google Ads, Facebook Ads i TikTok Ads: s'invertirà en diferents canals per tal d'arribar a diferents persones en vàries xarxes socials, així com en els motors de cerca. S'acotarà per interessos, edat i per les paraules clau més adequades per tal d'aconseguir d'aquesta manera un bon posicionament per tal que els usuaris trobar el lloc web fàcilment i se sentin identificats amb els valors de la marca.

Com a **pla de contingència** sempre està la possibilitat que els anuncis no acabin de rendir prou bé i no donin els resultats esperats, és per això que es realitzarà publicitat en diferents plataformes, tant en xarxes socials com en els buscadors d'Internet i s'elaboraran informes setmanals per evitar possibles errades i en cas que un anunci no funcioni s'eliminarà i es realitzarà un de nou.

SEO i SEM: es treballarà el posicionament del lloc web acotant per les millors paraules clau i d'aquesta manera anar posicionant-se en els motors de cerca i atraure als usuaris al lloc web.

Com a **pla de contingència**, el lloc web és el primer que veuen els usuaris i, per tant, el més important, per lo que ha de tenir un bon tràfic i posicionament sempre, en conseqüència, en cas que el posicionament disminueixi, s'eliminaran aquelles paraules clau que afecten al rendiment i es farà un estudi per veure quines són les que més rendiment poden assolir, així com s'aniran actualitzant setmanalment per tal d'evitar caigudes de posicionament.

Informàtic: per tal de realitzar el manteniment del lloc web, estar pendent del posicionament i evitar que la web en algun moment caigui, hi haurà una persona encarregada de realitzar aquestes tasques.

Cap la possibilitat que malgrat estar pendent de tots aquests factors la web caigui, és per això que com a **pla de contingència** es contractaran els serveis de Ionos, els quals et donen la solució i et diuen els passos que has de fer en cas que el servidor caigui.

Ionos: és una plataforma que ofereix tot el que necessites per al negoci en línia, des del domini, el hosting, la pàgina web i el certificat SSL entre d'altres (*IONOS* » *E-mail*,

dominios y páginas web, s.d.), és per això que es contractaran els seus serveis per la creació de la pàgina web, registrar el domini i aconseguir el certificat de seguretat.

Com a **pla de contingència**, en cas que l'ons no funcioni tal com s'espera i sigui un procés lent, es contractaran els serveis de Wordpress, el qual és la plataforma on es realitzarà la pàgina web i també dona la possibilitat de contractar el domini i donen suport il·limitat per qualsevol problema que pugui haver-hi.

Ordinadors: per tal de dur a terme totes les tasques mencionades anteriorment, és imprescindible que les persones contractades dintre de l'equip d'EasyRoom disposin d'un ordinador portàtil propi.

Cap la possibilitat que hi hagi algú que no tingui i és per això que com a **pla de contingència**, es compraran dos ordinadors per tenir-los a l'oficina en cas de que algú tingui algun problema amb el seu o directament no tingui.

Connexió a Internet: a l'oficina es contractaran els serveis de Jazztel per tal de tenir wifi i connexió a internet.

Com a **pla de contingència**, en cas que els serveis de Jazztel no funcionin bé i la connexió a internet no sigui bona, es donarà de baixa de la companyia i es contractaran els serveis de Vodafone o Movistar, depenent de la que tingui millor oferta.

Incubadora TecnoCampus: es contractarà una oficina a la incubadora del TecnoCampus, la qual és una plataforma d'oficines per a empreses nova creació que volen enfortir i accelerar el seu creixement durant els 3 anys d'estada a la incubadora i és per empreses que acaben de néixer o amb menys d'un any.

Com a **pla de contingències**, en cas que el negoci no sigui apte per accedir a aquest espai es buscaran oficines *coworking* per tal de tenir un espai on realitzar el negoci i treballar conjuntament.

Annex 23. Funcions i tasques

Departament d'atenció al client:

- **Tasques clau:** Definir l'estratègia d'atenció al client, definir un protocol d'actuació per a totes les possibles situacions, així com gestionar tots els dubtes

que puguin aparèixer en el lloc web, al correu electrònic i possibles queixes dels diferents canals.

- **Competències tècniques clau:** Capacitat comunicativa i de comprensió, coneixement dels IT (tecnologies de la informació), facilitat amb eines digitals i coneixement d'eines comunicatives.
- **Competències personals clau:** Per a aquest lloc es requerirà grans habilitats de comunicació verbal i escrita, confiança i habilitats interpersonals, empatia i capacitat de comprensió.
- **Temps de dedicació:** 40h setmanals, on el 25% d'aquest temps serà destinat en la estratègia, un 25% a definir el protocol i el 50% del temps per gestionar tots els missatges dels clients
- **Persona responsable del departament:** Sòcia accionista Paula Tarradellas.

Departament de màrqueting i comunicació:

- **Tasques clau responsable del departament:** Gestionar i supervisar el departament de màrqueting, **dedicant a aquesta tasca 5h setmanals** i definir l'estratègia de la companyia i les campanyes de publicitat, **dedicant 10h setmanals a aquestes tasques**. A més de supervisar les xarxes socials i assegurar un funcionament òptim de la pàgina web, **dedicant 5h setmanals**. Serà la responsable de la creació i la programació de la pàgina web **el que suposarà una dedicació de 20h setmanals**.
- **Tasques clau per als treballadors del departament:**
 - **Community Manager:** Estar atent a tot el que succeeix en el món de les xarxes socials per a trobar oportunitats i amenaces, crear, publicar i programar continguts en totes les xarxes socials, interactuar amb els usuaris de cada xarxa, elaborar informes de resultats de cadascuna de les xarxes. **Es dedicaran 20h setmanals en la realització d'aquestes tasques**.
 - **Dissenyador gràfic:** Definir els requisits i estils de la companyia així com crear il·lustracions, gràfics i composicions necessàries per a les xarxes socials. Per a això, s'haurà de presentar diferents composicions i assegurar-se que tot estigui alineat amb els valors d'EasyRoom. **Es dedicaran 10h setmanals en la realització d'aquestes tasques**.
 - **SEO i SEM:** Investigar i seleccionar les paraules clau més afins al negoci, creació d'anuncis i campanyes, elaborar informes dels anuncis i les campanyes i optimitzar el SEO. **Es dedicaran 5h setmanals en la realització d'aquestes tasques**.

- **Informàtic:** Resoldre qualsevol incidència en la web, ajustar el contingut segons les noves tendències i encarregar-se del manteniment i posicionament del lloc web. *Es dedicaran 5h setmanals en la realització d'aquestes tasques.*
- **Competències tècniques clau:** Coneixements en SEO i SEM, facilitat amb eines digitals, experiència com a Community Manager, coneixement d'eines de màrqueting digital (Google Ads i Analítics) i de tècniques comunicatives i capacitat d'anàlisi, coneixement en posicionament orgànic en els cercadors.
- **Competències personals clau:** Persona creativa, responsable, amb dots per a treballar en equip, autosuficient i resolutiva.
- **Temps de dedicació:** 40h setmanals (*menys la persona en pràctiques que realitzarà 20h setmanals, dedicant a cadascuna de les tasques la meitat del temps*).
- **Persona responsable del departament:** Sòcia accionista Paula Tarradellas, a més d'una persona contractada a jornada completa i un altre amb contracte de pràctiques.

Departament d'administració, finances i RH

- **Tasques clau responsable del departament:** Gestionar totes les operacions de la companyia, supervisar el finançament i establir les polítiques i dinàmiques que permeten controlar l'equip *el que suposarà una dedicació de 15h a la setmana*, projectar les evolucions per definir noves estratègies i camins a seguir, *dedicant 10h setmanals*, així com seleccionar i contractar al personal, descriure els llocs de treball i formalitzar contractes, *es dedicaran en aquestes tasques 15h setmanals quan sigui necessari la seva realització*.
- **Tasques clau per als treballadors del departament:** Elaborar els llibres obligatoris, registrar les operacions, executar el pla de tresoreria i controlar la facturació i albarans. Pel que fa a l'apartat de recursos humans s'haurà de gestionar les nòmines i la seguretat social, gestionar les vacances i hores extres del personal, avaluar el potencial dels treballadors i crear pla de formacions.
- **Competències tècniques clau:** Habilitats d'administració, comptabilitat, gestió financera i habilitats d'IT (tecnologies de la informació).
- **Competències personals clau:** Confiança, capacitat de lideratge, empatia, iniciativa i habilitats interpersonals i de comunicació.
- **Temps de dedicació:** 40h setmanals, *es dedicarà un 60% del temps en realitzar les tasques relacionades amb l'administració, i el 40% del temps en dur a terme les tasques de recursos humans*.

- **Persona responsable del departament:** Sòcia accionista Paula Tarradellas, a més d'una persona contractada a jornada completa.

Departament comercial:

- **Tasques clau responsable del departament i la persona contractada:** Visites a residències d'estudiants internacionals i universitats espanyoles, comunicació amb els clients potencials, establir i assolir els objectius de vendes, aconseguir que els clients potencials realitzin la reserva.
- **Competències tècniques clau:** Coneixement en l'àmbit d'Erasmus, bon domini d'idiomes, capacitat comunicativa i capacitat de convicció.
- **Competències personals clau:** Habilitats interpersonals i de comunicació, confiança, empatia, capacitat de comprensió i treball en equip.
- **Temps de dedicació:** 40h setmanals, on temporalment es dedicaran 30-40 hores setmanals a realitzar les visites corresponents. En les setmanes que no hi hagi visites es dedicaran 15 hores a la comunicació amb els clients, 10 hores en establir estratègies per aconseguir la reserva i 15 hores en assolir els objectius.
- **Persona responsable del departament:** Sòcia accionista Paula Tarradellas, a més d'una persona contractada a jornada completa.

Annex 24. Pressupost recursos humans del segon i tercer any

Pel que fa al **pressupost del segon any**, es contractarà a un altre estudiant en pràctiques per al departament d'administració, finances i RRHH i un treballador per al departament d'atenció al client, fent que el cost de recursos humans per l'empresa augmenti a 170.890,27€. A més, el salari net de cadascun dels treballadors es mantindrà igual que a l'any anterior.

Taula A. 6. Pressupost recursos humans segon any

PRESUPPOST RECURSOS HUMANOS PER PART DE L'EMPRESA									
CATEGORIA	SALARI BASE	CONTINGÈNCIES COMUNS 23,6%	FOGASA 0,20%	FORMACIÓ PROFESIONAL 6,6%	DESOCUPACIÓ 5,85%	TOTAL COTTITZACIÓ	COST EMPRESA MENSUAL	COST EMPRESA ANUAL	
DESPESES FIXES									
1. Responsable departaments EasyRoom	2.014,36 €	475,39 €	4,03 €	12,09 €	101,73 €	593,23 €	2.807,59 €	31.291,07 €	
1.1 Responsable departament d'atenció al client	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
1.2 Responsable departament de màrqueting i comunicació	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
1.3 Responsable departament d'administració, finances i RRHH	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
1.4 Responsable del departament comercial	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
2. Treballador departament de màrqueting	1.708,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
3. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.767,00 €	
4. Treballador departament d'administració, finances i RRHH	1.708,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
5. Estudiant en pràctiques departament d'administració, finances i RRHH	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.767,00 €	
6. Comercial	1.708,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
7. Treballador departament d'atenció al client	1.708,26 €	402,68 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
DESPESES VARIABLES									
Formació equip EasyRoom	375 €								
TOTAL PRESSUPPOST									
Despeses fixes	170.515,27 €								
Despeses variables	375 €								
TOTAL	170.890,27 €								
PRESUPPOST RECURSOS HUMANOS									
CATEGORIA	SALARI BASE	CONTINGÈNCIES COMUNS 4,7%	FORMACIÓ PROFESIONAL 0,1%	DESOCUPACIÓ 1,55%	IRPF	TOTAL DEDUCCIONS	SALARI NET	SALARI NET ANUAL	
1. Responsable departaments EasyRoom	2.014,36 €	94,97 €	2,01 €	31,22 €	405,69 €	539,69 €	1.480,76 €	17.769,07 €	
1.1 Responsable departament d'atenció al client	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
1.2 Responsable departament de màrqueting i comunicació	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
1.3 Responsable departament d'administració, finances i RRHH	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
1.4 Responsable del departament comercial	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	
2. Treballador departament de màrqueting	1.708,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	
3. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	146,75 €	1.761,00 €	
4. Treballador departament d'administració, finances i RRHH	1.708,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	
5. Estudiant en pràctiques departament d'administració, finances i RRHH	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	146,75 €	1.761,00 €	
6. Comercial	1.708,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	
7. Treballador departament d'atenció al client	1.708,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	354,39 €	462,74 €	1.243,52 €	17.409,31 €	

Font: Elaboració pròpia

EasyRoom – Projecte emprendedor

De cara al **tercer any** es contractarà a un altre estudiant en pràctiques per al departament de màrqueting i a un estudiant en pràctiques pel departament d'atenció al client, a més als treballadors antics se'ls hi **apujarà el sou un 5%**, el que fa que el cost per l'empresa augmenti a 192.627,20€. Tenint en compte aquests canvis el salari net dels treballadors més antics augmenta a 1.297,82€ al mes i el salari net dels estudiants en pràctiques es mantindrà igual a 445,75€.

Taula A. 7. Pressupost recursos humans tercer any

PRESSUPOST RECURSOS HUMANOS PER PART DE L'EMPRESA									
CATEGORIA	SALAR BASE	CONTINGENCIES COMUNS 23,4%	FOGASA 0,20%	FORMACIÓ PROFESIONAL 0,6%	DESOCUPACIÓ 0,65%	TOTAL COTITZACIÓ	COST EMPRESA MENSUAL	COST EMPRESA ANUAL	
1. Responsable departaments EasyRoom	2.115,08 €	499,16 €	4,23 €		12,69 €	106,81 €	622,89 €	2.737,97 €	32.855,62 €
1.1 Responsable departament d'atenció al client	- €								
1.2 Responsable departament de màrqueting i comunicació	- €								
1.3 Responsable departament d'administració, finances i RRHH	- €								
1.4 Responsable del departament comercial	- €								
2. Treballador departament de màrqueting	1.791,57 €	422,81 €	3,58 €	10,75 €	90,47 €	527,62 €	2.319,19 €	32.488,68 €	
3. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.787,00 €	
4. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.787,00 €	
5. Treballador departament d'administració, finances i RRHH	1.791,57 €	422,81 €	3,58 €	10,75 €	90,47 €	527,62 €	2.319,19 €	32.488,68 €	
6. Estudiant en pràctiques departament d'administració, finances i RRHH	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.787,00 €	
7. Comercial	1.791,57 €	422,81 €	3,58 €	10,75 €	90,47 €	527,62 €	2.319,19 €	32.488,68 €	
8. Treballador departament d'atenció al client	1.706,26 €	402,88 €	3,41 €	10,24 €	86,17 €	502,49 €	2.208,75 €	30.922,55 €	
9. Estudiant en pràctiques departament d'atenció al client	500,00 €	118,00 €	1,00 €	3,00 €	25,25 €	147,25 €	647,25 €	7.787,00 €	
DESPESES VARIABLES									
Formació equip EasyRoom	375 €								
TOTAL PRESSUPOST									
Despeses fixes	192.252,20 €								
Despeses variables	375 €								
TOTAL	192.627,20 €								

PRESSUPOST RECURSOS HUMANOS									
CATEGORIA	SALAR BASE	CONTINGENCIES COMUNS 4,7%	FORMACIÓ PROFESIONAL 0,1%	DESOCUPACIÓ 1,50%	IRPF	TOTAL DEDUCCIONS	SALARI NET	SALARI NET ANUAL	
1. Responsable departaments EasyRoom	2.115,08 €	99,41 €	2,12 €	32,78 €	450,72 €	585,03 €	1.530,05 €	18.360,57 €	
1.1 Responsable departament d'atenció al client	- €								
1.2 Responsable departament de màrqueting i comunicació	- €								
1.3 Responsable departament d'administració, finances i RRHH	- €								
1.4 Responsable del departament comercial	- €								
2. Treballador departament de màrqueting	1.791,57 €	84,20 €	1,79 €	27,77 €	379,89 €	493,76 €	1.297,82 €	15.573,79 €	
3. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	445,75 €	5.349,00 €	
4. Estudiant en pràctiques departament de màrqueting	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	445,75 €	5.349,00 €	
5. Treballador departament d'administració, finances i RRHH	1.791,57 €	84,20 €	1,79 €	27,77 €	379,89 €	493,76 €	1.297,82 €	15.573,79 €	
6. Estudiant en pràctiques departament d'administració, finances i RRHH	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	445,75 €	5.349,00 €	
7. Comercial	1.791,57 €	84,20 €	1,79 €	27,77 €	379,89 €	493,76 €	1.297,82 €	15.573,79 €	
8. Treballador departament d'atenció al client	1.706,26 €	80,19 €	1,71 €	26,45 €	328,11 €	436,46 €	1.269,80 €	15.237,58 €	
9. Estudiant en pràctiques departament d'atenció al client	500,00 €	23,50 €	0,50 €	7,75 €	22,50 €	54,25 €	445,75 €	5.349,00 €	

Font: Elaboració pròpia

Annex 25. Normativa a tenir en compte SLNE

La normativa a tenir en compte pel funcionament de la Societat Limitada Nova Empresa és:

- R.D. 682/2003, de 7 de juny, pel qual es regula el Sistema de Tramitació Telemàtica²⁰.
- Ordre JUS/1445/2003, de 4 de juny, pel qual s'aproven els Estatuts orientatius de la Societat Limitada Nova Empresa²¹.
- Ordre ECO/1371/2003, de 30 de maig, per la qual es regula el procediment d'assignació del Codi ID-CIRCE²².
- Llei 24/2005 d'18 de novembre de reformes per a l'impuls de la productivitat²³.

²⁰ (BOE-A-2003-11611 Real Decreto 682/2003, de 7 de junio, por el que se regula el sistema de tramitación telemática a que se refiere el artículo 134 y la disposición adicional octava de la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada., s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2003-11611

²¹ (BOE-A-2003-11262 Orden JUS/1445/2003, 4 de junio, por la que se aprueban los Estatutos orientativos de la sociedad limitada Nueva Empresa., s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-11262>

²² (BOE-A-2003-10958 Orden ECO/1371/2003, de 30 de mayo, por la que se regula el procedimiento de asignación del código ID-CIRCE que permite la identificación de la sociedad limitada Nueva Empresa y su solicitud en los procesos de tramitación no telemática., s.d.) Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-10958>

²³ (Llei 24/2005 d'18 de novembre de reformes per a l'impuls de la productivitat, s.d.) Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/boe/dias/2005/11/19/pdfs/A37846-37868.pdf>

- Reial Decret Legislatiu 1/2010, de 2 juliol, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de Societats de Capital²⁴.
- Llei 25/2011, d'1 d'agost, de reforma parcial de la Llei de societats de capital i d'incorporació de la Directiva 2007/36/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 11 de juliol, sobre l'exercici de determinats drets dels accionistes de societats cotitzades²⁵.

Annex 26. Normatives exigibles SLNE

Per la constitució de l'empresa a una societat SLNE s'han de seguir els següents procediments abans d'iniciar l'activitat:

1. **Denominació social:** és el nom i cognoms de la persona fundadora amb un codi alfanumèric i SLNE.
2. Dipositar el **capital social** a una **entitat bancària** per constituir la societat
3. Escriptura pública de constitució atorgada per les persones sòcies fundadores davant d'un notari.
4. **Declaració prèvia d'inici d'activitat i sol·licitud CIF provisional:** Inicialment, l'Agència Tributària ens lliurarà un CIF provisional fins que la societat estigui inscrita al registre corresponent.
5. **Liquidació ITPAJD, per operacions societàries, gravada amb l'impost de Transmissions Patrimonials i Actes Jurídics Documentats,** on s'ha de tenir en compte l'article 19 i seg. del Reial decret legislatiu 1/1993, de 24 de setembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'ITPAJD; art. 3 del Reial decret llei 13/2010, del 3 de desembre.
6. **Inscripció Registre Mercantil:** la societat adquireix personalitat jurídica amb efectes retroactius des de la seva constitució davant del notari.
7. **Sol·licitud CIF definitiu:** un cop s'ha inscrit la societat al registre mercantil, es pot sol·licitar la targeta del CIF definitiva.
8. **Declaració censal d'alta d'activitat:** un cop la societat inicia l'activitat econòmica, s'ha d'inscriure al cens de l'Agència Tributària.
9. **Inscripció de l'empresa a la Seguretat Social i altes empresari/es i treballadors/res:** la Tresoreria General de la Seguretat Social assigna a

²⁴ (BOE-A-2010-10544 Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital., s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544>

²⁵ (BOE-A-2011-13240 Ley 25/2011, de 1 de agosto, de reforma parcial de la Ley de Sociedades de Capital y de incorporación de la Directiva 2007/36/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio, sobre el ejercicio de determinados derechos de los accionistas de sociedades cotizadas., s.d.). Recuperat 22 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-13240>

l'empresari un codi de Compte de Cotització que identifica i controla les seves obligacions davant el sistema de la Seguretat Social.

Com a **normatives específiques** a tenir en compte, primer de tot al tenir treballadors en nòmina s'han de tenir en compte les següents normatives laborals:

- Reial Decret Legislatiu 3/2015 referent a la Llei del treball²⁶
- Reial Decret Legislatiu 2/2015 referent a la Llei de l'Estatut dels Treballadors.²⁷

Pel que fa a l'administració i comptabilitat de l'empresa:

- Reial Decret 1514/2007, Pla General de Comptabilitat.²⁸
- Reial Decret 1515/2007, Pla General de Comptabilitat per a PYMES.²⁹

I quant al tractament de dades personals es tenen en compte les següents normatives:

- Reglament Europeu (UE) General de Protecció de Dades 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell de 27 d'abril de 2016³⁰:
- Llei Orgànica 3/2018, Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals. (LOPDGDD)³¹.
- Reial Decret Legislatiu 1/2007, Llei general de defensa dels consumidors i usuaris³².

²⁶ (BOE-A-2015-11431 Real Decreto Legislativo 3/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Empleo., s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-11431>

²⁷ (BOE-A-2015-11430 Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores., s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11430>

²⁸ (BOE-A-2007-19884 Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad., s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-19884>

²⁹ (BOE-A-2007-19966 Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas., s.d.). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-19966>

³⁰ (REGLAMENTO (UE) 2016/ 679 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO - de 27 de abril de 2016 - relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/ 46/ CE (Reglamento general de protección de datos), s.d.) Recuperat 29 maig 2023, de <https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>

³¹ (BOE-A-2018-16673 Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales., s.d.-b). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>

³² (BOE-A-2007-20555 Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias., s.d.-b). Recuperat 9 març 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

- Llei 34/2002, d'11 de juliol, de Serveis de la Societat de la Informació i del Comerç Electrònic LSSI³³

Cal destacar que en el lloc web totes aquestes lleis es veuran reflectides a partir d'un avís legal, una política de privacitat i una política de cookies.

Annex 27. Previsió optimista i pessimista d'inversions i finançament

ESCENARI OPTIMISTA

Pel que fa a l'**escenari optimista**, els actius tangibles i intangibles seran els mateixos que en la predicció esperada. En canvi, el **fons de maniobra** sí que es veu augmentat degut a que la inversió en màrqueting ha crescut a 67.500€ el primer any i també ha augmentat el pressupost en recursos humans a 180.222€. Per la qual cosa, comptabilitzant les despeses al 35%, la **inversió inicial necessària** serà de 94.184,66€.

Taula A. 8. Inversió inicial de l'escenari optimista

INVERSIÓ INICIAL			
DESCRIPCIÓ	QUANTITAT	PREU	TOTAL
Equips per a processos d'informació	2	1.250,00 €	2.500,00 €
Disseny i desenvolupament del lloc web	1	800,00 €	800,00 €
Disseny de comunicació i estil	1	500,00 €	500,00 €
Despeses de constitució	1	332,24 €	332,24 €
			4.132,24 €
ACTIUS	4.132,24 €		
FONS DE MANIOBRA	90.052,42 €		
TOTAL INVERSIÓ INICIAL	94.184,66 €		

Font: Elaboració pròpia

Respecte al **finançament de la inversió inicial**, es continua combinant un capital social de 42.383,10€ de la sòcia accionista, el que suposa un **45% de la inversió**, i un préstec ENISA, on en aquest escenari ha augmentat a 51.801,56€, amb un tipus d'interès del 3,25% + l'euríbor el primer any i la resta dels anys un 4,5% + l'euríbor. A més, cal destacar que l'import serà tornat en un màxim de tres anys i el capital social aportat vindrà de **diners estalviats** de la sòcia accionista i de les **3 F's** (Friends, Family and Fools).

³³ (BOE-A-2002-13758 Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico., s.d.-b). Recuperat 28 maig 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>

Taula A. 9. Préstec ENISA i finançament de la inversió de l'escenari optimista

PRÉSTEC ENISA 3,25%				FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ	
DESCRIPCIÓ DEL PRÉSTEC	ANY 1	ANY 2	ANY 3		
DEVOLUCIÓ DEL CAPITAL	17.267,19 €	17.267,19 €	17.267,19 €	INVERSORS / ACCIONISTES	42.383,10 €
INTERÈS	1.683,55 €	1.554,05 €	777,02 €	PRÉSTEC ENISA	51.801,56 €
COSTOS	18.950,74 €	18.821,23 €	18.044,21 €		
SALDO INICIAL	51.801,56 €	34.534,38 €	17.267,19 €	TOTAL	94.184,66 €
SALDO FINAL	34.534,38 €	17.267,19 €	- €		

Font: Elaboració pròpia

ESCENARI PESSIMISTA

Pel que fa a la **inversió inicial de l'escenari pessimista**, s'ha disminuït la quantitat d'ordinadors, per la qual cosa el total d'actius tangibles i intangibles serà de 2.882,24€. **El fons de maniobra** també s'ha disminuït a causa que el pressupost de màrqueting a passat a 8.941€ el primer any i el pressupost de recursos humans ha passat a ser de 31.291€ i ja no s'han tingut en compte les despeses en el lloguer d'una oficina. Per tant, comptabilitzant les despeses al 35%, **la inversió inicial necessària** serà de 17.073€.

Taula A. 10. Inversió inicial del escenari pessimista

INVERSIÓ INICIAL			
DESCRIPCIÓ	QUANTITAT	PREU	TOTAL
Equips per a processos d'informació	1	1.250,00 €	1.250,00 €
Disseny i desenvolupament del lloc web	1	800,00 €	800,00 €
Disseny de comunicació i estil	1	500,00 €	500,00 €
Despeses de constitució	1	332,24 €	332,24 €
			2.882,24 €
ACTIUS	2.882,24 €		
FONS DE MANIOBRA	14.191,00 €		
TOTAL INVERSIÓ INICIAL	17.073 €		

Font: Elaboració pròpia

Seguidament, el **finançament de la inversió** comptarà d'un capital social aportat per la sòcia accionista de 8.536,62€, el que suposa en aquest cas un 50% de la inversió degut a que el total de la inversió inicial és un resultat bastant baix, i un préstec ENISA de 8.536,62€ amb un tipus d'interès del 3,25% + l'euríbor el primer any i la resta dels anys un 4,5% + l'euríbor. Igual que en els altres escenaris, l'import serà tornat en un màxim de tres anys i el capital social aportat vindrà de **diners estalviats** de la sòcia accionista i de les **3 F's** (Friends, Family and Fools).

Taula A. 11. Préstec ENISA i finançament de la inversió del escenari pessimista

PRÉSTEC ENISA 3,25%				FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ	
DESCRIPCIÓ DEL PRÉSTEC	ANY 1	ANY 2	ANY 3		
DEVOLUCIÓ DEL CAPITAL	2.845,54 €	2.845,54 €	2.845,54 €	INVERSORS / ACCIONISTES	8.536,62 €
INTERÈS	277,44 €	256,10 €	128,05 €	PRÉSTEC ENISA	8.536,62 €
COSTOS	3.122,98 €	3.101,64 €	2.973,59 €		
SALDO INICIAL	8.536,62 €	5.691,08 €	2.845,54 €	TOTAL	17.073 €
SALDO FINAL	5.691,08 €	2.845,54 €	- €		

Font: Elaboració pròpia

Annex 28. Escenari optimista i pessimista del compte de pèrdues i guanys

Es pot observar l'escenari optimista del compte de pèrdues i guanys:

Taula A. 12. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari optimista

Pèrdues i Guanys	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	443.440	487.784	536.562
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	-180.222	-218.911	-278.174
Altres despeses d'exploració	-70.894	-92.539	-101.792
Amortització de l'immobilitzat	-625	-625	-625
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	191.699	175.709	155.971
Despeses financeres	-1.684	-1.554	-777
B) RESULTAT FINANCER	-1.684	-1.554	-777
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	190.015	174.155	155.194
Impost sobre beneficis	47.504	43.539	38.798
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	142.512	130.616	116.395

Font: Elaboració pròpia

En aquest escenari, es pot observar que les **ventes** han augmentat a 443.440€ el primer any, 487.784€ el segon any i 535.526€ el tercer any, aquest creixement es deu al fet que es passarà a tenir un total de 1.200 places en les residències el primer any, 1.320 places el segon any i 1.440 places l'últim any.

Pel que fa a les **despeses de personal**, el primer any suposaran un total de 180.222€, gràcies al fet que com les vendes són tan elevades es podrà tenir un major nombre de persones contractades. La resta dels anys les despeses de personal també aniran creixent, i al tercer any als treballadors que portin en l'empresa des del primer any se'ls augmenta el sou un 5%.

Seguidament, per les **altres despeses d'exploració**, s'ha tingut en compte el lloguer de la incubadora del TecnoCampus de 2.473,20€ el primer any, 3.033,80€ el segon any i 3.847,20€ el tercer any. També cal destacar les despeses de màrqueting i publicitat, les quals el primer any són de 67.500€, el segon any de 88.320€ i el tercer any de 97.152€. Per altra banda, també consten els subministraments, que en aquest cas només seria la despesa en connexió wifi i internet de 371,40€ cada any.

En quant a les **amortitzacions de l'immobilitzat**, s'han amortitzat 2.500€ a quatre anys dels equips per a processos d'informació, el que consta de 2 ordinadors a 1.250€ cadascun, donat un resultat de 625€ l'any.

Pel que fa a les **despeses financeres**, el préstec ENISA suposa un interès de 1.683,55€ el primer any, 1.554,05€ el segon any i 777,02€ el tercer any.

Per últim, es pot destacar que l'**impost sobre beneficis** serà d'un 25% durant tots els anys, pel fet que s'obtindran uns ingressos majors de 300.000€.

En conclusió, en la previsió d'un escenari optimista, el **negoci serà viable** durant els tres primers anys, assolint un **benefici net positiu** bastant elevat en comparació a l'escenari esperat, en concret, el primer any s'obtindran uns beneficis de 142.512€, el segon any de 130.616€ i l'últim any de 116.395€.

A continuació, en la següent taula es mostra l'**escenari pessimista del compte de pèrdues i guanys**:

Taula A. 13. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari pessimista

Pèrdues i Guanys	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	44.705	49.176	54.093
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	-31.291	-31.291	-31.291
Altres despeses d'explotació	-8.941	-9.835	-10.819
Amortització de l'immobilitzat	-313	-313	-313
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	4.160	7.737	11.671
Despeses financeres	-277	-256	-128
B) RESULTAT FINANCER	-277	-256	-128
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	3.883	7.481	11.543
Impost sobre beneficis	582	1.122	2.886
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	3.301	6.359	8.657

Font: Elaboració pròpia

Tal com es pot observar **les vendes han disminuït** notablement, ja que al primer any aproximadament només reservaran plaça una mitja de 100 estudiants i només es tindran 3 residències de cada país amb 10 places en cadascuna d'elles, fent que les vendes del primer any siguin de 44.705€, el segon any de 49.176€ i el tercer any de 54.093€.

Pel que fa a les **despeses de personal**, amb unes vendes tan baixes l'empresa no es pot permetre contractar a un personal qualificat, per la qual cosa l'únic salari que es tindrà en compte és el de la sòcia accionista, la qual haurà de dur a terme totes les tasques necessàries, fent que durant els tres primers anys no es pugui contractar a ningú més i el negoci s'acoti només als estudiants del TecnoCampus. A més, també s'invertirà en cursos de formació, ja que encara que només hi hagi una persona treballant sí que és convenient realitzar cursos per millorar els coneixements.

Respecte a les **altres despeses d'explotació**, s'ha tingut en compte les despeses de màrqueting i publicitat, les quals han disminuït notablement a 8.941€ el primer any, 9.835,2€ el segon any i 10.818,6€ el tercer any. En aquest cas no serà necessari el lloguer de l'oficina ni la despesa en connexió wifi i internet, perquè en ser només una persona treballant es pot treballar perfectament des de casa. A mesura de què el negoci vagi creixent i es contracti a més gent, ja s'inclouran aquestes despeses.

Pel que fa a les **despeses financeres**, el préstec ENISA suposa un interès de 277,44€ el primer any, 256,10€ el segon any i 128,05€ el tercer any.

En últim lloc, cal destacar que l'**impost sobre beneficis** en empreses de nova creació amb uns ingressos inferiors a 300.000€, durant els dos primers anys passa a ser d'un 15% i a partir del tercer any ja serà d'un 25% sobre els beneficis.

En conclusió, malgrat tenir unes vendes bastant baixes s'obté un **benefici net positiu** cada any, sent de 3.301€ el primer any, 6.359€ el segon any i 8.657€ l'últim any, per lo que el **negoci és viable**, amb tot i que només se centra principalment en els estudiants del TecnoCampus. Tenint en compte aquest creixement, es calcula que a partir del cinquè any ja es podrà començar a contractar a més gent i ampliar el nombre de residències i països en què s'ofereix allotjament.

Annex 29. Pla de tresoreria esperat dels tres primers anys

Taula A. 14. Pla de tresoreria esperat primer any

PLA DE TRESORERIA PRIMER ANY												
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Mai	Juny	Juliol	Agost
Capital	32.087,15 €											
Capital Social	32.087,15 €											
Prima Emissió												
Aportacions de Socis												
Capitalització												
Finançament	39.217,63 €											
Préstecs	39.217,63 €											
Subvencions												
Vendes	34.875,00 €	21.375,00 €	21.375,00 €	21.375,00 €	21.375,00 €	18.050,00 €	18.050,00 €	18.050,00 €	18.050,00 €	13.775,00 €	7.125,00 €	190,00 €
IVA Vendes												
IVA a cobrar												
ENTRADES DE CAPITAL	106.179,77 €	21.375,00 €	21.375,00 €	21.375,00 €	21.375,00 €	18.050,00 €	18.050,00 €	18.050,00 €	18.050,00 €	13.775,00 €	7.125,00 €	190,00 €
Despeses de constitució	332,24 €											
Inversions	3.800,00 €											
Inversions immaterials	1.300,00 €											
Inversions materials	2.500,00 €											
Despeses de màrqueting	3.580,00 €	1.480,00 €	1.400,00 €	4.600,00 €	5.040,00 €	5.250,00 €	9.500,00 €	5.700,00 €	5.700,00 €	5.850,00 €	5.650,00 €	2.500,00 €
Leasing												
Finances a llarg Termini												
Deposits a llarg termini												
Finançament						6.536,27 €						6.536,27 €
Préstecs						6.536,27 €						6.536,27 €
Leasing												
Compres												
IVA Compres												
Serveis exteriors	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €	206,10 €
Despeses de personal	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €	9.550,04 €
Salari NET	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €	5.657,07 €
IRPF	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €	1.491,36 €
SST	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €	398,85 €
SSE	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €	2.002,76 €
Despeses financeres						637,29 €						637,29 €
Despeses financeres Leasings												
IVA a pagar												
Pag a compte IS												
IS Empreses												
SORTIDES DE CAPITAL	17.468,38 €	11.236,14 €	11.156,14 €	14.356,14 €	14.796,14 €	22.179,70 €	19.256,14 €	15.456,14 €	15.456,14 €	15.606,14 €	15.406,14 €	19.429,70 €
SALDO PERIODE	88.711,39 €	10.138,86 €	10.218,86 €	7.018,86 €	6.578,86 €	- 4.129,70 €	- 1.206,14 €	2.593,86 €	2.593,86 €	- 1.831,14 €	- 8.281,14 €	- 19.239,70 €
SALDO INICIAL	0	88.711,39 €	98.850,25 €	109.069,11 €	116.087,96 €	122.666,82 €	118.537,12 €	117.330,98 €	119.924,84 €	122.518,69 €	120.687,55 €	112.406,41 €
SALDO FINAL	88.711,39 €	98.850,25 €	109.069,11 €	116.087,96 €	122.666,82 €	118.537,12 €	117.330,98 €	119.924,84 €	122.518,69 €	120.687,55 €	112.406,41 €	93.166,71 €

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa al primer any, únicament durant el mes de setembre és quan entraria el **capital social** de 32,087,15€ per part de la sòcia accionista i el **préstec** ENISA, per altra banda, també s'han de tenir en compte les **ventes** que van entrant cada mes, on es pot observar que els mesos d'estiu baixen considerablement, degut a que és un període on majoritàriament la gent ja ha acabat d'estudiar i no ha de marxar fora. Tenint en compte aquests factors, el mes amb major **entrada de capital** és el de setembre amb un total de 106.179,77€.

En quant a les **sortides de capital** s'ha tingut en compte només durant el mes de setembre, les **despeses de constitució** i les **inversions materials i immaterials**. A més durant tot el període també s'han de tenir en compte les **despeses de màrqueting**, els **serveis exteriors** que seria el lloguer de la incubadora del TecnoCampus i les **despeses de personal**, així com el **finançament i despeses financeres** que es pagaran semestralment.

Analitzant tant les sortides com les entrades, generalment el **saldo període** sempre és **positiu** menys en els mesos de febrer, març, juny, juliol i agost, però com durant en el període anterior hi ha líquid es pot sortir endavant, on finalment, **el saldo final** de cada mes és **positiu** per lo que es podran fer front als pagaments tenint en compte els cobraments que es tindran i, per tant, l'empresa **genera liquiditat**.

Respecte al pla de tresoreria del segon i tercer any, pel que fa a les **entrades de capital**, ja **no es té en compte el capital social ni el finançament**, a causa que són uns diners que entren només un cop i és només al primer any. Per tant, en aquests dos anys següents com a entrades de capital només es tenen les **vendes** obtingudes, on igual que en el primer any, els mesos d'estiu baixen les vendes considerablement.

Seguidament, en les **sortides de capital**, durant el segon i tercer any ja **no es tenen en compte les despeses de constitució** ni les **inversions materials i immaterials**, a causa del fet que són aspectes que es paguen un cop a l'inici del negoci. Durant aquests dos períodes següents, les despeses de màrqueting han augmentat, així com s'ha continuat pagant el préstec semestralment i els interessos d'aquest han anat disminuint, pagant menys cada any.

Tenint en compte tant les sortides com les entrades, generalment el **saldo període** del segon any sempre és positiu menys en els mesos de febrer, març, juny, juliol i agost, així com en el tercer any els mesos de febrer, juny, juliol i agost també tenen un saldo període negatiu, però com durant en el període anterior hi ha líquid es pot tirar endavant, i finalment, el **saldo final** de cada mes en els dos següents anys és **positiu**, per la qual cosa es podran **fer front als pagaments tenint en compte els cobraments**. També cal destacar que el saldo final de l'últim mes del primer any s'ha afegit com a saldo inicial del segon any i, el mateix amb el saldo final del mes d'agost del segon any, per lo que ja es tenia líquid acumulat dels períodes anteriors.

Taula A. 19. Pla de tresoreria optimista tercer any

PLA DE TRESORERIA OPTIMISTA TERCER ANY												
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost
Capital												
Capital Social												
Prima Emissió												
Aportacions de Socis												
Capitalització												
Finançament												
Préstecs												
Subvencions												
Vendes	93.775,00 €	57.475,00 €	57.475,00 €	57.475,00 €	57.475,00 €	43.106,25 €	43.106,25 €	43.106,25 €	43.106,25 €	28.737,50 €	11.495,00 €	229,90 €
IVA Vendes												
IVA a cobrar												
ENTRADES DE CAPITAL	93.775,00 €	57.475,00 €	57.475,00 €	57.475,00 €	57.475,00 €	43.106,25 €	43.106,25 €	43.106,25 €	43.106,25 €	28.737,50 €	11.495,00 €	229,90 €
Despeses de constitució												
Inversions												
Inversions immaterials												
Inversions materials												
Despeses de màrqueting	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €	8.096,00 €
Leasing												
Finances a llarg termini												
Dipòsits a llarg termini												
Finançament						8.633,59 €						8.633,59 €
Préstecs						8.633,59 €						8.633,59 €
Leasing												
Compres												
IVA Compres												
Servis exteriors	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €	320,60 €
Despeses de personal	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €	19.969,68 €
Salari NET	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €	11.867,96 €
IRPF	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €	3.022,54 €
SST	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €	843,54 €
SSE	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €	4.235,65 €
Despeses financeres						388,51 €						388,51 €
Despeses financeres Leasings												
IVA a pagar												
Pag a compte IS												
IS Empreses												
SORTIDES DE CAPITAL	28.386,28 €	28.386,28 €	28.386,28 €	28.386,28 €	28.386,28 €	37.408,38 €	28.386,28 €	28.386,28 €	28.386,28 €	28.386,28 €	28.386,28 €	37.408,38 €
Saldo període	65.388,72 €	29.088,72 €	29.088,72 €	29.088,72 €	29.088,72 €	5.697,87 €	14.719,97 €	14.719,97 €	14.719,97 €	351,22 €	16.891,28 €	37.178,48 €
Saldo inicial	461.560,04 €	526.948,76 €	556.037,48 €	585.126,21 €	614.214,93 €	643.303,65 €	649.001,51 €	663.721,48 €	678.441,46 €	693.161,43 €	693.512,65 €	676.621,37 €
Saldo final	526.948,76 €	556.037,48 €	585.126,21 €	614.214,93 €	643.303,65 €	649.001,51 €	663.721,48 €	678.441,46 €	693.161,43 €	693.512,65 €	676.621,37 €	639.442,89 €

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa al **pla de tresoreria optimista**, només durant el **mes de setembre del primer any** es tindran en compte la quantitat total del capital social i el préstec Enisa entrant. Per altra banda, les vendes són més elevades que en l'escenari esperat a causa que el nombre de places i països és més elevat, i durant cada any van creixent considerablement, a més, igual que en l'escenari esperat els mesos d'estiu són on les vendes disminueixen a causa que és l'època on menys estudiants continuen estudiant.

En quant a les **sortides de capital**, el mes de setembre del primer any és l'únic moment on es pagaran les despeses de constitució i les inversions materials i immaterials, sent de la mateixa quantitat que en l'escenari esperat. Per altra banda, durant els tres anys s'invertirà en **màrqueting** i aquesta quantitat anirà augmentant anualment. Les **despeses de personal** també van augmentant cada any i són més elevades que en el pla esperat, a causa que com les vendes en aquest pla han augmentat, es podrà tenir un major nombre de persones contractades, fent que cada any aquestes despeses vagin creixent i en el tercer any hi haurà un augment del sou pels treballadors més antics. Una altra despesa a tenir en compte és el préstec Enisa, el qual es pagarà semestralment i el tipus d'interès anirà disminuint cada any.

Finalment, es pot observar que el **saldo període** dels tres anys dona negatiu en els mesos de juliol i agost, a causa que els pagaments són superiors als cobraments.

EasyRoom – Projecte empenedor

Aquest factor no és un problema, degut a que **hi ha suficient saldo per fer front als pagaments** i això fa que el **saldo final de cada mes sigui positiu**, tenint prou líquid per fer-hi front.

Annex 31. Pla de tresoreria pessimista dels tres primers anys

Taula A. 20. Pla de tresoreria pessimista primer any

PLA DE TRESORERIA PESIMISTA PRIMER ANY												
	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost
Capital	8.536,62 €											
Capital Social	8.536,62 €											
Prima Emissió												
Aportacions de Socis												
Capitalització												
Finançament	8.536,62 €											
Préstecs	8.536,62 €											
Subvencions												
Vendes	7.750,00 €	4.750,00 €	4.750,00 €	4.750,00 €	4.750,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	1.662,50 €	950,00 €	142,50 €
IVA Vendes												
IVA a cobrar												
ENTRADES DE CAPITAL	24.823,24 €	4.750,00 €	4.750,00 €	4.750,00 €	4.750,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	1.662,50 €	950,00 €	142,50 €
Despeses de constitució	332,24 €											
Inversions	2.550,00 €											
Inversions immaterials	1.300,00 €											
Inversions materials	1.250,00 €											
Despeses de màrqueting	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €	745,08 €
Leasing												
Fiances a llarg termini												
Dipòsits a llarg termini												
Finançament						1.422,77 €						1.422,77 €
Préstecs						1.422,77 €						1.422,77 €
Leasing												
Compres												
IVA Compres												
Serveis exteriors												
Despeses de personal	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €	2.456,51 €
Salari NET	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €	1.480,76 €
IRPF	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €	405,69 €
SST	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €	94,67 €
SSE	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €	475,39 €
Despeses financeres						138,72 €						138,72 €
Despeses financeres Leasings												
IVA a pagar												
Pag a compte IS												
IS Empreses												
SORTIDES DE CAPITAL	6.083,84 €	3.201,60 €	3.201,60 €	3.201,60 €	3.201,60 €	4.763,09 €	3.201,60 €	3.201,60 €	3.201,60 €	3.201,60 €	3.201,60 €	4.763,09 €
SALDO PERIODE	18.739,40 €	1.548,40 €	1.548,40 €	1.548,40 €	1.548,40 €	- 963,09 €	598,40 €	598,40 €	598,40 €	- 1.539,10 €	- 2.251,60 €	- 4.620,59 €
SALDO INICIAL	0	18.739,40 €	20.287,81 €	21.836,21 €	23.384,62 €	24.933,02 €	23.969,94 €	24.568,34 €	25.166,75 €	25.765,15 €	24.226,06 €	21.974,46 €
SALDO FINAL	18.739,40 €	20.287,81 €	21.836,21 €	23.384,62 €	24.933,02 €	23.969,94 €	24.568,34 €	25.166,75 €	25.765,15 €	24.226,06 €	21.974,46 €	17.353,87 €

Font: Elaboració pròpia

En quant al **pla de tresoreria pessimista** dels tres primers anys, es pot observar com en cada any **les vendes són molt més inferiors** que en el pla esperat i això es deu perquè el nombre de places i països oferts són molts menys, encara que cada any les vendes van creixent, ja que van augmentant el nombre de places. A més, durant el primer any el **capital social** aportat i el **préstec Enisa** és una quantitat molt menor en comparació a la resta dels plans.

Pel que fa a les **sortides de capital**, durant el mes de setembre del primer any s'han tingut en compte les despeses de constitució i les inversions materials i immaterials. A més durant tots els anys, encara tenir un nombre menor de vendes, s'inverteix en màrqueting per donar a conèixer el negoci, encara que aquestes despeses són bastant inferiors a la del pla esperat, però igualment, les despeses en màrqueting aniran augmentant cada any. Respecte a **les despeses de personal**, aquestes són iguals durant cada any, això és a causa de que durant els tres primers només estarà treballant la sòcia del negoci i, per tant, la despesa és molt inferior, així com tampoc es necessitarà el lloguer d'una oficina, ja que en ser una persona es pot treballar des de casa. A més, durant els tres anys es pagarà semestralment el préstec Enisa i el tipus d'interès a pagar anirà disminuint cada any.

Finalment, durant els tres primers anys es pot observar com el **saldo període** dels mesos de febrer, juny, juliol i agost és negatiu, a causa que en aquests períodes les vendes disminueixen considerablement i per tants els pagaments són superiors als pagaments, igualment no és un problema, ja que es disposa de suficient saldo per fer front als pagaments i, per tant, tots els **saldos finals són positius**, per lo que l'empresa **genera liquiditat** per fer front als pagaments.

Annex 32. Gràfics informe financer

A continuació s'han realitzat diferents gràfiques per veure de manera més visual totes de les dades:

En la següent taula es pot observar un **resum del compte de pèrdues i guanys**, amb els principals ratis calculats i la seva variació d'un any a un altre.

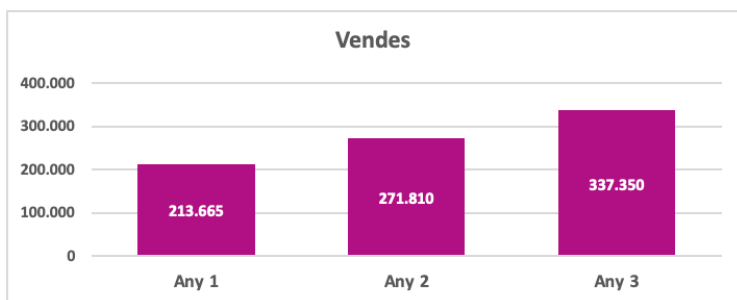
Taula A. 23. Anàlisi compte de resultats

COMpte DE RESULTATS	ANY 1		ANY 2		ANY 3		VARIACIONS		VARIACIONS	
	€	%	€	%	€	%	ANY 1 Vs ANY 2		ANY 2 Vs ANY 3	
Vendes	213.665	100,0%	271.810	100,0%	337.350	100,0%	58.145	27,2%	65.540	24,1%
Variació d'existències	0		0		0					
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (+D)	0		0		0					
Aprovisionaments	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Marge Brut	213.665	100,0%	271.810	100,0%	337.350	100,0%	58.145	27,2%	65.540	24,1%
Despeses de personal	-132.201	-61,9%	-170.890	-62,9%	-192.627	-57,1%	-38.690	29,3%	-21.737	12,7%
Altres despeses d'exploració	-59.095	-27,7%	-76.994	-28,3%	-95.859	-28,4%	-17.900	30,3%	-18.864	24,5%
EBITDA	22.370	10,5%	23.926	8,8%	48.864	14,5%	1.556	7,0%	24.939	104,2%
Amortització de l'immobilitzat	-625		-625		-625					
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0		0		0					
Resultat d'exploració	21.745	10,2%	23.301	8,6%	48.239	14,3%	1.556	7,2%	24.939	107,0%
Despeses financeres	-1.275	-0,6%	-1.177	-0,4%	-588	-0,2%	98	-7,7%	588	-50,0%
BAT	23.019	10,8%	24.477	9,0%	48.827	14,5%	1.458	6,3%	24.350	99,5%
Impost sobre beneficis	3.071		3.319		11.913		248		8.594	
Resultat de l'exercici	26.090	12,2%	27.796	10,2%	60.740	18,0%	1.706	6,5%	32.945	118,5%

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Pel que fa a les **vendes** es pot observar com ha anat creixent contínuament durant els tres primers anys.

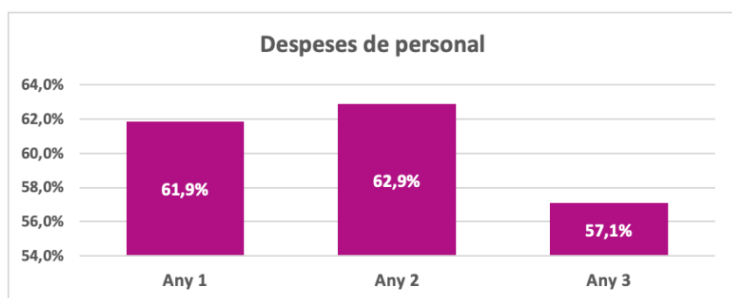
Gràfic A. 4. Anàlisi vendes



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

En quant a les **despeses de personal**, el primer any van suposar un 61,9% del total de les vendes i més del 50% durant la resta dels anys, augmentant sempre el personal contractat a mesura que les vendes també van creixent. Cal destacar que el **segon** any és quan **més s'inverteix** en contractar a nou personal per ser més eficaços i ràpids en la gestió i el funcionament de l'empresa i al tercer any disminueix a causa que s'inverteix més en augmentar salaris.

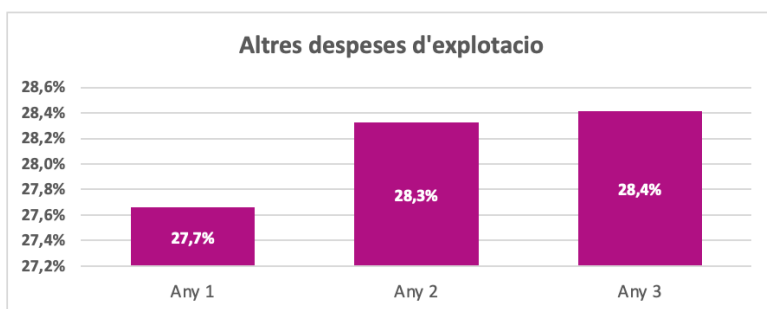
Gràfic A. 5. Anàlisi despeses de personal



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Les **despeses d'exploració** estan formades pel lloguer de la incubadora del TecnoCampus, les despeses de màrqueting, la formació dels treballadors i la connexió wifi i internet, on es pot veure que en cada any, la variació no arriba a l'1%, això es deu que igual que augmenten les vendes, també s'inverteix més en màrqueting i altres despeses com el lloguer també augmenten.

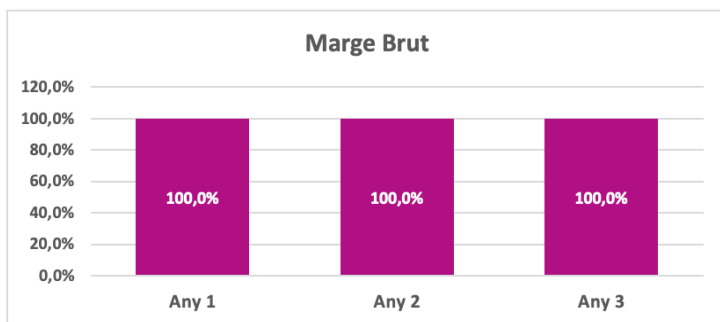
Gràfic A. 6. Anàlisi altres despeses d'exploració



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

En aquest cas, durant els tres primers anys el **marge brut** és del 100%, a causa que no hi ha aprovisionaments, ni variació d'existències ni treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu.

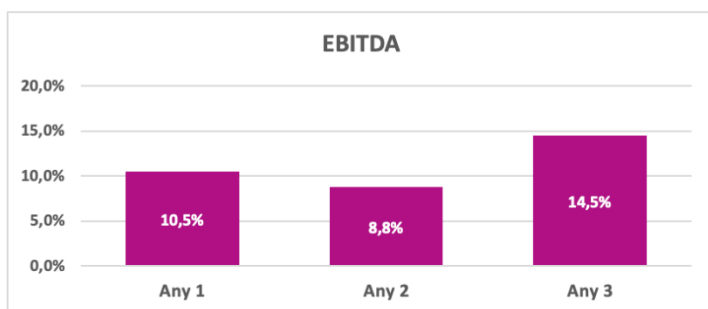
Gràfic A. 7. Anàlisi Marge Brut



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Respecte a l'**EBITDA**, tal com s'ha comentat anteriorment, es pot veure que hi ha un bon marge operatiu i, en conseqüència, la rendibilitat de la companyia evoluciona correctament, encara que el segon any disminueix un 1,7% a causa que les despeses en personal són més elevades, però el tercer any ja torna a augmentar.

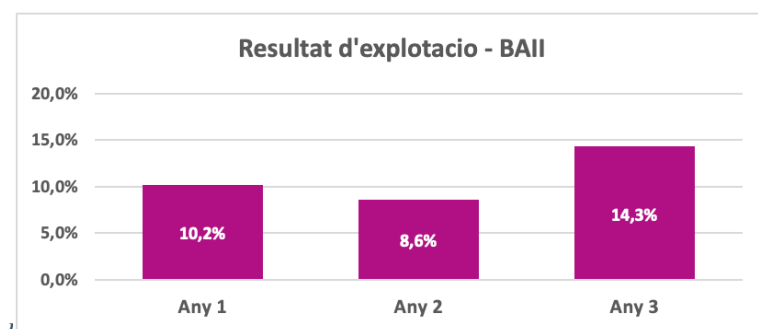
Gràfic A. 8. Anàlisi EBITDA



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Es pot observar que l'any que millor **benefici abans d'interessos i impostos** és el tercer any amb un 14,3%. Igualment en tots els períodes aquest benefici és positiu pel que l'empresa és rendible.

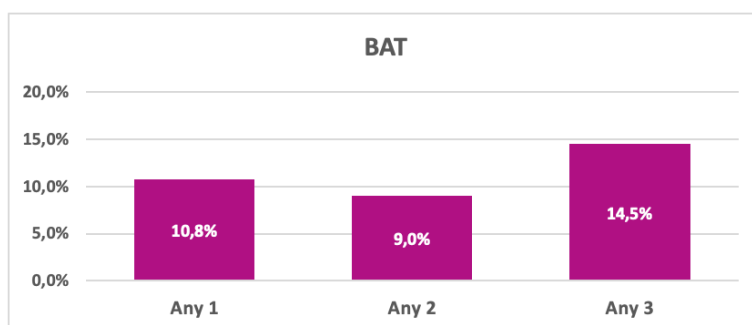
Gràfic A. 9. Anàlisi BAI



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Pel que fa al **resultat abans d'impostos**, el tercer any és quan es pot observar un major benefici, encara que igual que en el BAI, el BAT és positiu durant els tres primers anys.

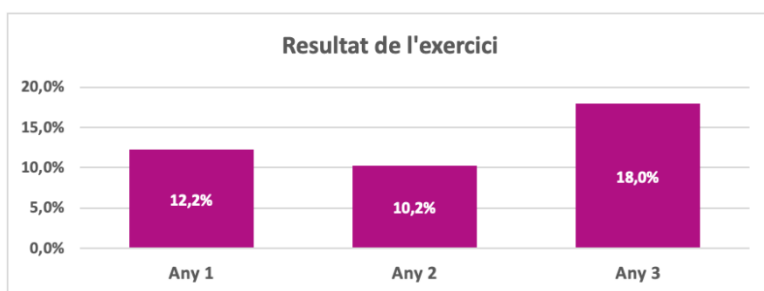
Gràfic A. 10. Anàlisi BAT



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

En quant al **resultat de l'exercici**, el millor any és el tercer, ja que és quan majors beneficis s'obtenen respecte a totes les vendes i despeses que tindrà l'empresa. Cal destacar que durant els tres primers anys s'assoliran beneficis, encara que el segon any disminueixen una mica, perquè, tal com s'ha explicat s'inverteix molt més en personal i màrqueting principalment. En definitiva, el **negoci és viable** i s'aconsegueixen **resultats positius**.

Gràfic A. 11. Anàlisi de resultat de l'exercici



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

En la següent taula es pot observar el percentatge que ocupa cadascuna de les partides del **balanç**, així com la seva evolució d'un any respecte a l'altre, on finalment en el segon any ha variat un 30,3% i en el tercer any un 45,9%.

Taula A. 24. Anàlisi balanç de situació

ACTIU	ANY 1		ANY 2		ANY 3		VARIACIONS		VARIACIONS	
	€	%	€	%	€	%	ANY 1 Vs ANY 2		ANY 2 Vs ANY 3	
Actiu no corrent	10.118	9,8%	14.614	10,9%	16.108	8,2%	4.496	44,4%	1.494	10,2%
Immobilitzat intangible	7.020	6,8%	10.966	8,1%	11.636	5,9%	3.946	56,2%	670	6,1%
Immobilitzat material	3.098	3,0%	3.648	2,7%	4.472	2,3%	550	17,8%	824	22,6%
Finances i dipòsits	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Impost de societats	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Actiu corrent	93.167	90,2%	119.998	89,1%	180.349	91,8%	26.831	28,8%	60.351	50,3%
Existències	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Clients	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Iva a cobrar	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Efectiu	93.167	90,2%	119.998	89,1%	180.349	91,8%	26.831	28,8%	60.351	50,3%
TOTAL ACTIU	103.285	100,0%	134.612	100,0%	196.457	100,0%	31.327	30,3%	61.845	45,9%

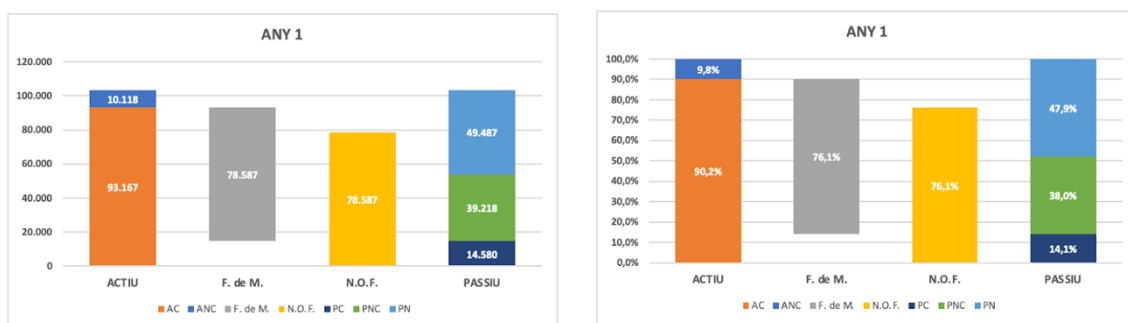
PATRIMONI NET I PASSIU	ANY 1		ANY 2		ANY 3		VARIACIONS		VARIACIONS	
	€	%	€	%	€	%	ANY 1 Vs ANY 2		ANY 2 Vs ANY 3	
Patrimoni net	49.487	47,9%	90.330	67,1%	154.757	78,8%	40.843	82,5%	64.427	71,3%
A1-Fons Propis	49.487	47,9%	68.292	50,7%	104.030	53,0%	18.805	38,0%	35.738	52,3%
Capital Social	32.087		32.087		32.087		0		0	
Capitalització	0		0		0		0		0	
Prima d'emissió	0		0		0		0		0	
Reserves	0		17.400		36.205		17.400		18.805	
Altres aportacions de socis	0		0		0		0		0	
Resultats negatius d'exercicis anteriors	0		0		0		0		0	
Resultat de l'exercici	17.400		18.805		35.738		1.405		16.933	
A2-Subvencions i il·legats	0		22.038		50.727		22.038		28.689	
Passiu no corrent	39.218	38,0%	26.145	19,4%	13.073	6,7%	-13.073	-33,3%	-13.072	-50,0%
Deutes a llarg termini	39.218	38,0%	26.145	19,4%	13.073	6,7%	-13.073	-33,3%	-13.072	-50,0%
Prestecs participatius	0		0		0		0		0	
Prestecs	39.218		26.145		13.073		-13.073		-13.072	
Leasings	0		0		0		0		0	
Passiu corrent	14.580	14,1%	18.137	13,5%	28.627	14,6%	3.557	24,4%	10.490	57,8%
Provisions a curt termini	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Deutes a curt termini	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Prestecs participatius	0		0		0		0		0	
Prestecs	0		0		0		0		0	
Leasings	0		0		0		0		0	
Creditors comercials i altres deutes a pagar	14.580	14,1%	18.137	13,5%	28.627	14,6%	3.557	24,4%	10.490	57,8%
Proveïdors	137		212		212		75		0	
Iva a pagar	0		0		0		0		0	
IRPF	1.491		1.868		2.009		377		141	
Seguretat social	2.248		2.898		3.297		650		399	
Impost de societats	3.071		3.319		11.913		248		8.594	
Remuneracions pendents de pagament	7.633		9.839		11.196		2.206		1.357	
TOTAL PATRIMONI NET I PASSIU	103.285	100,0%	134.612	100,0%	196.457	100,0%	31.327	30,3%	61.845	45,9%

Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Pel que fa a les **gràfiques del balanç de situació**, es pot observar de manera més visual el que s'ha explicat anteriorment en l'anàlisi del balanç, on es veu clarament com en els tres anys **l'actiu corrent és més gran que el passiu corrent**, ja que l'actiu corrent suposa un 90,2% i el passiu corrent un 14,1% el primer any, l'actiu del segon any és d'un 89,1% i el passiu corrent d'un 13,5% i en l'últim any suposen un 91,8% i un 14,6% respectivament. Per altra banda, es pot veure l'**equilibri patrimonial** entre l'actiu i el patrimoni net i passiu en cada any.

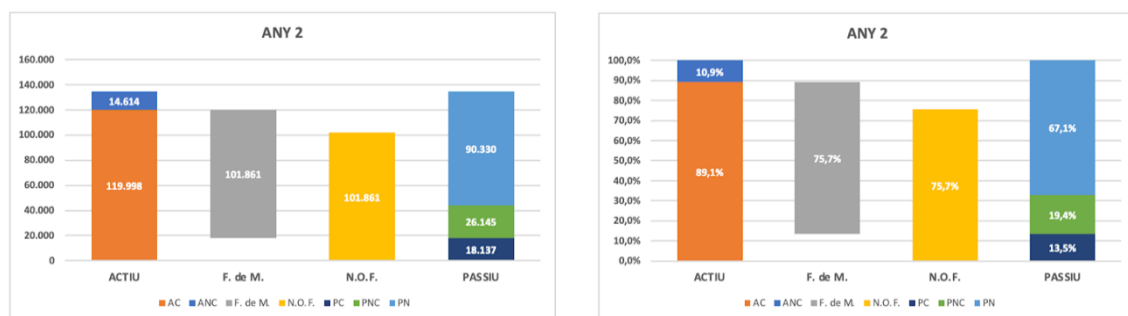
Per últim, cal destacar que els **fons de maniobra és positiu** i, per tant, hi ha una estructura financera sòlida i a més aquest és igual a les **N.O.F**, el que indica que els recursos a curt termini són suficients per cobrir les obligacions a curt termini, tal com s'ha comentat en l'anàlisi dels ratis anteriors.

Gràfic A. 12. Anàlisi balanç de situació primer any



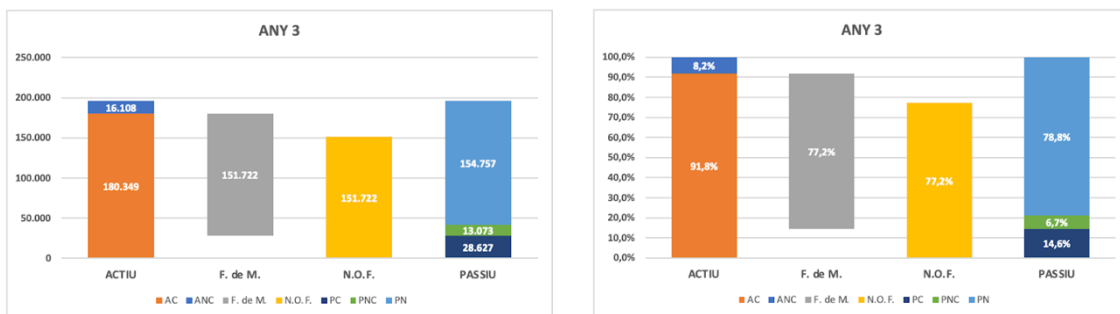
Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Gràfic A. 13. Anàlisi balanç de situació segon any



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa

Gràfic A. 14. Anàlisi balanç de situació tercer any



Font: Plantilla Excel Barcelona Activa