

# **PLA D'EMPRESA: ESTUHOUSE**

---

**Treball de Fi de Grau**

**Pla d'empresa i Anàlisi de l'emprenedoria**

**Jordi Hurtado Domínguez**

**Doble Grau en Administració i Direcció d'Empreses i  
Finances i Comptabilitat**



**UNIVERSITAT ROVIRA i VIRGILI  
Facultat d'Economia i Empresa**

**Reus, setembre 2024**

## ÍNDEX

Índex de gràfics .....	5
Índex de taules .....	5
Índex d'il·lustracions .....	5
1. PRESENTACIÓ .....	7
2. INTRODUCCIÓ .....	7
2.1. Justificació .....	8
2.2. Objectius .....	8
2.3. Estructura .....	8
3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI .....	9
3.1. Descripció del servei .....	9
3.2. Necessitats que cobreix .....	10
3.3. Àmbit d'actuació .....	10
4. ANÀLISI DE L'ENTORN .....	11
4.1. Anàlisi de l'entorn general .....	11
4.1.1. Factors polítics .....	12
4.1.2. Factors econòmics .....	12
4.1.3. Factors socials .....	15
4.1.4. Factors tecnològics .....	16
4.1.5. Factors ambientals .....	17
4.1.6. Factors legals .....	17
4.2. Anàlisi de l'entorn específic .....	17
4.2.1. L'accés a l'habitatge .....	18
4.2.2. Anàlisi de la competència .....	19
4.2.3. Les cinc forces de Porter .....	24
5. PLA ESTRATÈGIC .....	27
5.1. Missió .....	27
5.2. Visió .....	28
5.3. Valors .....	28

5.4.1. Objectius a curt termini.....	28
5.4.2. Objectius a llarg termini.....	29
5.5. DAFO.....	29
5.6. Estratègia.....	31
5.6.1. Matriu d'Ansoff.....	32
6. PLA DE MÀRQUETING .....	33
6.1. Imatge corporativa .....	33
6.2. Públic objectiu.....	34
6.3. Posicionament .....	35
6.5. Màrqueting mix .....	35
6.5.1. Producte.....	35
6.5.2. Preu.....	36
6.5.3. Distribució.....	37
6.5.4. Promoció .....	38
7. PLA D'OPERACIONS .....	39
7.1. Descripció tècnica.....	39
7.2. Procés de servei .....	42
7.2.1. Procés de publicació dels anuncis .....	42
7.2.2. Procés de visualització dels anuncis.....	43
7.3. Monetització.....	44
7.4. Gestió de la qualitat .....	45
7.5. Localització .....	46
8. PLA DE RECURSOS HUMANS.....	47
8.1. Organigrama i llocs de treball.....	47
8.2. Perfil professional.....	49
8.3. Pla de contractació.....	49
8.4. Reclutament i selecció .....	49
8.5. Formació i motivació .....	50
8.6. Política salarial i costos .....	50

9. PLA JURÍDIC I FISCAL.....	52
9.1. Forma jurídica .....	52
9.2. Tràmits a realitzar: agenda de constitució .....	52
9.3. Obligacions laborals.....	53
9.4. Obligacions fiscals .....	54
10. PLA ECONÒMIC I FINANCER.....	54
10.1. Pla d'inversions.....	55
10.2. Pla de finançament .....	57
10.3. Previsió de vendes.....	58
10.4. Pressupostos .....	59
10.4.1. Compte de resultats.....	59
10.4.2. Pressupost de tresoreria.....	60
10.4.3. Balanç de situació.....	61
10.5. Valoració del projecte .....	63
10.5.1. Evolució de l'EBITDA.....	63
10.5.2. Anàlisi de l'endeutament, liquiditat i el fons de maniobra .....	63
10.5.3. Rendibilitat econòmica i financera .....	64
10.5.4. Payback, VAN i TIR .....	65
11. CONCLUSIONS.....	67
BIBLIOGRAFIA.....	69

ANNEXOS

## **Índex de gràfics**

Gràfic 1: Variació % anual del PIB a Espanya, Catalunya i la Zona Euro .....	13
Gràfic 2: Taxa d'atur al febrer de 2024 .....	14

## **Índex de taules**

Taula 1: Matriu d'Ansoff.....	32
Taula 2: Taula de preus ESTUHOUSE .....	44
Taula 3: Detall de les cotitzacions a la Seguretat Social.....	51
Taula 4: Costos salarials ESTUHOUSE .....	51
Taula 5: Inversió requerida per iniciar el projecte .....	57
Taula 6: Característiques préstec ICO .....	57
Taula 7: Previsió de vendes ESTUHOUSE .....	58
Taula 8: Evolució dels articles promocionats a ESTUHOUSE .....	58
Taula 9: Compte de resultats ESTUHOUSE .....	60
Taula 10: Pressupost de tresoreria ESUTHOUSE.....	61
Taula 11: Balanç de situació d'ESTUHOUSE .....	62
Taula 12: Evolució EBITDA.....	63
Taula 13: Càlcul ràtios ESTUHOUSE.....	64
Taula 14: Càlcul rendibilitats ESUTHOUSE .....	65
Taula 15: Càlcul termini recuperació ESTUHOUSE .....	66
Taula 16: Càlcul VAN i TIR ESTUHOUSE .....	66
Taula 17: Previsió VAN i TIR ESTUHOUSE .....	66

## **Índex d'il·lustracions**

Il·lustració 1: Universitats que formen part del Sistema Universitari de Catalunya .....	11
Il·lustració 2: Anàlisi DAFO .....	31
Il·lustració 3: Logotip d'ESTUHOUSE .....	34
Il·lustració 4: Procés de publicació d'anuncis a ESTUHOUSE .....	42
Il·lustració 5: Organigrama ESTUHOUSE.....	48

## RESUM I PARAULES CLAU

**Títol:** Pla d'empresa: ESTUHOUSE

**Resum:** Aquest Treball Final de Grau consisteix en l'elaboració d'un pla d'empresa per una plataforma digital enfocada en la modalitat del lloguer estudiantil, especialment en la zona geogràfica de Catalunya. Al llarg d'aquest es defineixen de forma clara i organitzada tots els elements que formen part d'un pla d'empresa i que tenen una afectació sobre el projecte. Finalment, es porta a terme una anàlisi de la viabilitat mitjançant els resultats previstos.

**Paraules clau:** pla d'empresa, aplicació, lloguer, estudiant, universitat

**Título:** *Plan de empresa: ESTUHOUSE*

**Resumen:** *Este Trabajo Final de Grado consiste en la elaboración de un plan de empresa para una plataforma online enfocada en la modalidad de alquiler estudiantil, especialmente en la zona geográfica de Cataluña. A lo largo de éste se definen de forma clara y organizada todos los elementos que forman parte de un plan de empresa y que tienen una afectación sobre el proyecto. Finalmente, se realiza un análisis de la viabilidad mediante los resultados previstos.*

**Palabras clave:** *plan de empresa, aplicación, alquiler, estudiante, universidad*

**Title:** *Business plan: ESTUHOUSE*

**Summary:** *This project consists of the elaboration of a business plan for an online platform focused on the student rental market, specifically in the geographical area of Catalonia. Throughout this project, all the elements forming part of a business plan and that have an implication over the project are defined in a clear and organized manner. At the end, and as a result of this research, there is a forecast of the project's results and analysis of its viability.*

**Keywords:** *business plan, application, rental, student, university*

## **1. PRESENTACIÓ**

L'elaboració d'un pla d'empresa com a matèria del Treball Final de Grau sempre l'he tingut present. La principal motivació que m'ha portat a escollir aquest àmbit és el fet d'haver de treballar i aplicar molts dels coneixements apresos al llarg de la realització del grau universitari.

Així doncs, la realització d'un pla d'empresa en la seva totalitat permet, i requereix, tractar i relacionar conceptes de diferents disciplines entorn una idea única per tal de plasmar el desenvolupament del projecte, les estratègies a seguir i la seva viabilitat.

A l'hora d'escollir quina havia de ser la idea sobre la qual efectuar el pla d'empresa l'elecció va ser senzilla. En aquest sentit, d'igual forma que molts dels estudiants avui en dia, jo mateix tinc l'experiència personal d'haver de traslladar-me a una altra ciutat per a la continuació dels meus estudis acadèmics.

Aquesta experiència m'ha permès viure i apreciar quines són les dificultats i conseqüències que comporta un trasllat d'aquestes característiques, especialment per a persones joves.

Continuant amb l'explicat anteriorment, un pla d'empresa engloba diversos àmbits d'estudi. Tenint això present, però, les principals assignatures amb les quals es relaciona aquest treball són les següents:

- Direcció estratègica de màrqueting
- Investigació de mercats i aplicacions
- Direcció estratègica
- Dret mercantil
- Direcció financera (tant inversió com finançament)
- Planificació econòmica i financera
- Anàlisi dels estats financers

## **2. INTRODUCCIÓ**

Un pla d'empresa és el document que descriu i analitza una idea de negoci, i que proporciona projeccions respecte al seu futur; també inclou els aspectes financers necessaris per iniciar el projecte, així com per la seva expansió. (McKeever, 2012)

Per tant, es tracta d'aquell document on es defineixen i desenvolupen tots els detalls d'un projecte empresarial, especificant per això aspectes estratègics, tècnics i economicofinancers.

## **2.1. Justificació**

Després de la meua vivència personal, considero que no existeix una plataforma que se centri únicament en la modalitat del lloguer estudiantil, especialment per al públic universitari, més enllà de les grans ciutats.

En aquest sentit, la demanda d'aquest tipus de lloguers és força elevada, també fora de les principals ciutats del país. Si bé existeixen plataformes de caràcter generalista que permeten la publicació i visualització d'anuncis, aquestes no presenten necessàriament la informació adaptada a les característiques d'aquesta modalitat.

A més, mitjançant una plataforma d'aquestes característiques es pot arribar a alinear els interessos d'aquells que busquen obtenir un rendiment econòmic d'un immoble que no ocupen, i aquells estudiants que busquen habitatge per la durada dels seus estudis. Aquest aspecte és especialment important tenint present la situació en la qual ens trobem entorn l'habitatge i les dificultats per accedir-hi, especialment per aquella població més jove.

Així doncs, considero que l'elaboració d'un pla d'empresa permet la combinació d'aquesta inquietud amb els continguts del grau cursat.

## **2.2. Objectius**

El principal objectiu del treball és desenvolupar el pla d'empresa per a analitzar la viabilitat d'iniciar un projecte d'aquestes característiques. De forma paral·lela també s'estableixen altres objectius:

- Analitzar de forma detallada l'entorn en què es desenvolupa l'activitat, identificant així aspectes positius i riscos a estudiar
- Realitzar unes previsions respecte als resultats i estats comptables de la societat derivats del projecte empresarial
- Establir l'estructura i organització interna de la societat, alineant-la amb els objectius que es persegueixen

## **2.3. Estructura**

L'estructura a seguir en la realització del treball és la que s'acostuma a seguir en l'elaboració d'un pla d'empresa. Així doncs, en un primer lloc es defineix el projecte a desenvolupar i les seves principals característiques.

Posteriorment, s'efectua una recerca i anàlisi dels diferents aspectes de l'entorn intern i extern, prestant especial atenció a la situació que es viu entorn l'accés a l'habitatge i a la competència existent. D'aquesta forma es poden conèixer les característiques i

peculiaritats de l'entorn on es desenvolupa l'activitat empresarial, prenent decisions i adaptant l'estratègia a seguir.

Seguidament, es defineixen les estratègies i polítiques a seguir per part de l'organització. Aquests busquen cobrir els diferents àmbits del projecte, com són el màrqueting, el pla d'operacions, els recursos humans i l'organització interna, així com els aspectes de tipus legal que afecten la societat.

Finalment, s'efectua una previsió dels resultats a partir de l'agregació de la informació obtinguda al llarg del pla, utilitzant diversos indicadors i ràtios per a la realització de l'anàlisi de la viabilitat del projecte.

### **3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI**

#### **3.1. Descripció del servei**

ESTUHOUSE és una plataforma *online* on oferents i sol·licitants de lloguers estudiantils poden posar-se en contacte de forma senzilla, ràpida i segura per tal de poder dur a terme l'acord.

En aquest sentit, es basa a oferir un espai on poder publicar i visualitzar les diferents alternatives de lloguer que existeixen en un municipi o zona determinada, amb un especial enfocament a estudiants universitaris.

Un dels elements més importants és que els usuaris puguin establir les seves preferències respecte a l'habitatge, de tal forma que solament apareguin aquelles publicacions que compleixen els requisits establerts. A més, també es busca oferir una via de contacte dins l'aplicació per tal de poder contactar directament amb la persona o entitat que ha publicat l'oferta per tal de resoldre dubtes o mostrar interès.

Així doncs, dins la plataforma existeixen dos grups d'usuaris diferents: aquells que busquen disposen d'un espai per a llogar-lo i així obtenir un rendiment, i aquells altres que desitgen trobar un habitatge durant el període del curs acadèmic.

Pel que fa al primer grup d'usuaris, aquests poden ser particulars o entitats que disposin d'un espai que pugui ser utilitzat com a habitatge, garantint una sèrie de característiques i elements que facin que l'estada sigui de qualitat i es desenvolupi sense complicacions per l'estudiant.

Per altra banda, aquells usuaris que busquen allotjament hauran de ser, per naturalesa del servei que s'ofereix, persones individuals. Aquestes haurien de ser els mateixos joves que realitzaran l'estada, i no una tercera persona com ara un familiar o conegut.

D'aquesta forma es proporciona una major garantia per a totes les parts, així com la possibilitat d'oferir un millor servei adaptat a cada usuari.

El darrer element de la plataforma, consisteix en la publicació de continguts que siguin d'interès als nostres usuaris, així com que mantinguin la relació amb la temàtica del lloguer a estudiants. Aquests continguts, que es presentaran de forma segmentada i en el format més adequat per a la seva finalitat, tenen l'objectiu de fer que la plataforma aportï una utilitat major als seus usuaris més enllà de l'element base de la publicació d'anuncis.

### **3.2. Necessitats que cobreix**

El salt d'etapa als estudis universitaris comporta també canvis i nous reptes per als estudiants, entre els que podem trobar: nous objectius, noves formes de treballar i aprendre, noves amistats, l'adquisició de responsabilitats, etc.

A banda de totes aquestes novetats, per molts estudiants també s'hi suma el fet d'haver de traslladar-se a una nova ciutat per perseguir els seus estudis. A més, aquesta serà la primera ocasió per la majoria d'aquests estudiants que viuran sols o compartint habitatge amb altres. Això, evidentment, també suposa un gran canvi a tenir present, a més del fet que el procés pot arribar a ser angoixós i estressant.

És en aquest punt on ESTUHOUSE vol esforçar-se per tal d'aconseguir que aquest procés de trasllat i recerca d'un allotjament sigui el més fàcil possible, així com oferir a l'estudiant la possibilitat de trobar aquell espai que més s'adeqüi a les seves necessitats i preferències.

També s'ha de tenir en compte aquells que disposen d'un habitatge i el volen destinar al lloguer, especialment si es tracta de persones particulars que, per exemple, disposen d'una segona residència però no en fan un ús. Per tant, es busca facilitar el procés de lloguer, proporcionant un espai en el qual poder publicar el seu habitatge, i que aquest es dirigeixi al públic desitjat.

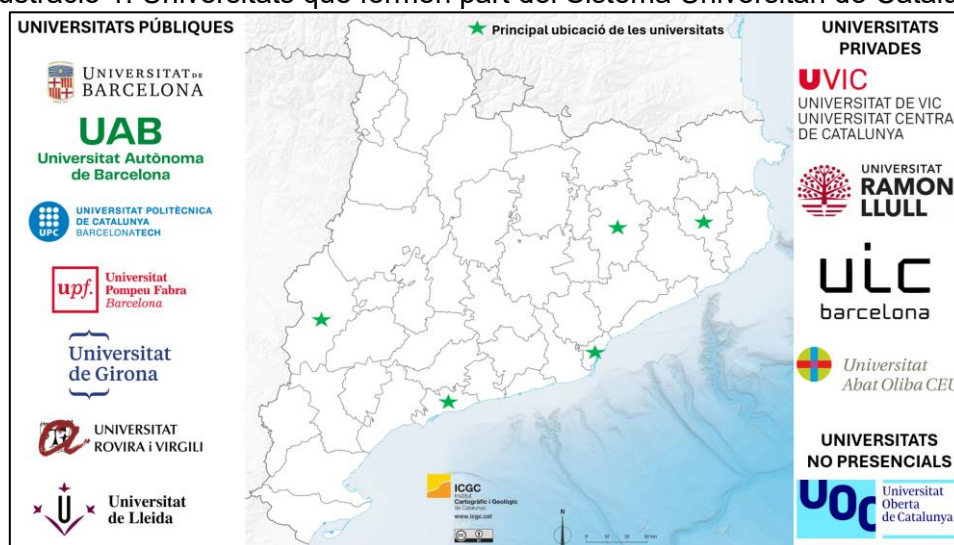
### **3.3. Àmbit d'actuació**

Pel que respecta a l'àmbit d'actuació d'ESTUHOUSE, és important destacar que en tractar-se d'una plataforma web, i tenint present el tipus de servei que s'ofereix, aquest no es veu limitat a una zona geogràfica en particular (més enllà del fet d'aconseguir captar usuaris a aquestes zones).

Tot i això, des d'un inici es persegueix que ESTUHOUSE se centri en la implantació a la comunitat autònoma de Catalunya, concretament en aquells municipis i àrees on es

troben centres universitaris, però prestant també una especial atenció en els quals no hi hagi una forta presència de competidors o alternatives d'habitatge per a estudiants.

#### Il·lustració 1: Universitats que formen part del Sistema Universitari de Catalunya



Font: elaboració pròpia a partir de les dades del Canal Universitats; Mapa de l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya

Mitjançant la implantació d'aquesta estratègia, es busca que el servei que s'ofereixi als usuaris ho faci amb les màximes garanties de qualitat, així com poder maximitzar els recursos disponibles a l'organització, al mateix temps que s'evita concentrar els mateixos en aquells mercats amb forta presència de competidors.

## 4. ANÀLISI DE L'ENTORN

Un dels aspectes més importats a l'hora d'iniciar-se en un projecte empresarial és tenir informació i conèixer l'entorn on es vol desenvolupar aquest. Així doncs, la informació que s'obtingui de l'entorn general, el sector i els competidors serà clau per poder definir i implementar correctament el projecte.

### 4.1. Anàlisi de l'entorn general

L'entorn general fa referència a aquells àmbits que tenen una influència sobre totes les empreses ubicades a una determinada regió geogràfica. Així doncs, no són factors relacionats amb l'activitat de l'empresa, sinó que es considera que afectaran a totes independentment de quina sigui l'activitat que desenvolupen.

És important la seva anàlisi perquè permetrà a l'empresa conèixer l'estat de la societat on du a terme l'activitat, identificant quins poden ser punts forts a explotar així com els seus punts febles. També té la seva importància en moments de crisi o de canvi, ja que

permet prendre decisions de manera informada o, fins i tot, avançar-se a aquestes situacions.

El mètode més utilitzat és l'anàlisi PESTEL, que busca aprofundir en els factors que poden afectar a l'empresa, dividint-los en: Polítics, Econòmics, Socials, Tecnològics, Ambientals i Legals.

#### **4.1.1. Factors polítics**

En aquesta dimensió s'inclouen aquells factors relacionats amb la situació política en la qual es troba el país. Així doncs, s'ha de considerar la direcció de les polítiques que adopta el Govern i els Parlaments, la fortalesa i la confiança que existeix sobre les institucions, tensions internes i externes, etc.

A nivell Estatal, el Govern està format per una coalició entre el Partit Socialista Obrer Espanyol (PSOE) i Sumar, a banda de comptar amb el suport de partits de caràcter autonòmic. Aquesta varietat de partits membres del Govern, sumat a la necessitat d'arribar a acords i pactes amb diversos partits a l'hora de desenvolupar la seva activitat parlamentària, afegeix discrepàncies i tensions, a més d'haver de cedir en diversos àmbits.

En l'àmbit autonòmic, des del passat 10 d'agost, el PSC governa en solitari després d'un pacte amb ERC arran de les eleccions celebrades el passat mes de maig. Igual que en l'àmbit estatal, la composició del Parlament de Catalunya obliga a la necessitat d'arribar a acords amb altres formacions.

Aquestes circumstàncies resulten en un escenari de certa inestabilitat i tensions al llarg de tota la legislatura, a més de tenir en compte aspectes en matèria de regulació empresarial, política fiscal, concessió d'ajuts i subvencions, i regulacions entorn l'habitatge.

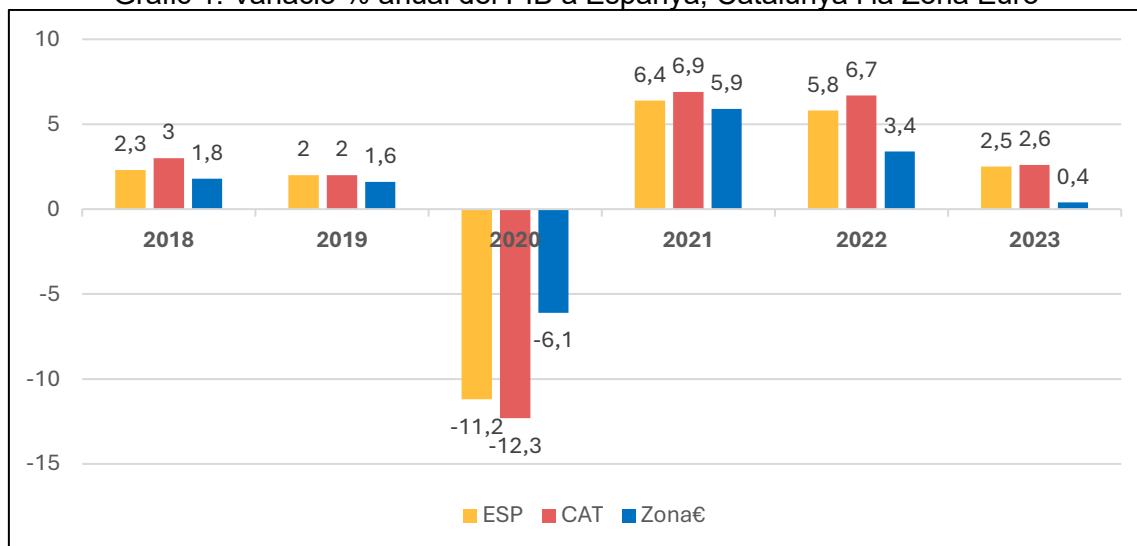
#### **4.1.2. Factors econòmics**

Al parlar de factors econòmics es fa referència a la situació econòmica en global del país; en aquest s'inclouen l'evolució de l'activitat econòmica, probabilitats de possibles crisis, nivell d'endeutament públic, tipus d'interès, població aturada, etc.

En primer lloc, cal destacar que la pandèmia de la Covid-19 ha tingut un important efecte arreu del món. En aquest sentit, ha estat la raó de moltes de les polítiques que s'han adoptat recentment, que en el cas de la Unió Europea s'han vist recolzades pels fons *Next Generation*.

Com a mesura de l'evolució econòmica s'acostuma a utilitzar el producte interior brut (PIB), aquest mostra el valor monetari dels béns i serveis finals que s'han produït en una economia al llarg d'un any.

Gràfic 1: Variació % anual del PIB a Espanya, Catalunya i la Zona Euro



Font: elaboració pròpia a partir de dades d'Idescat i Datosmacro

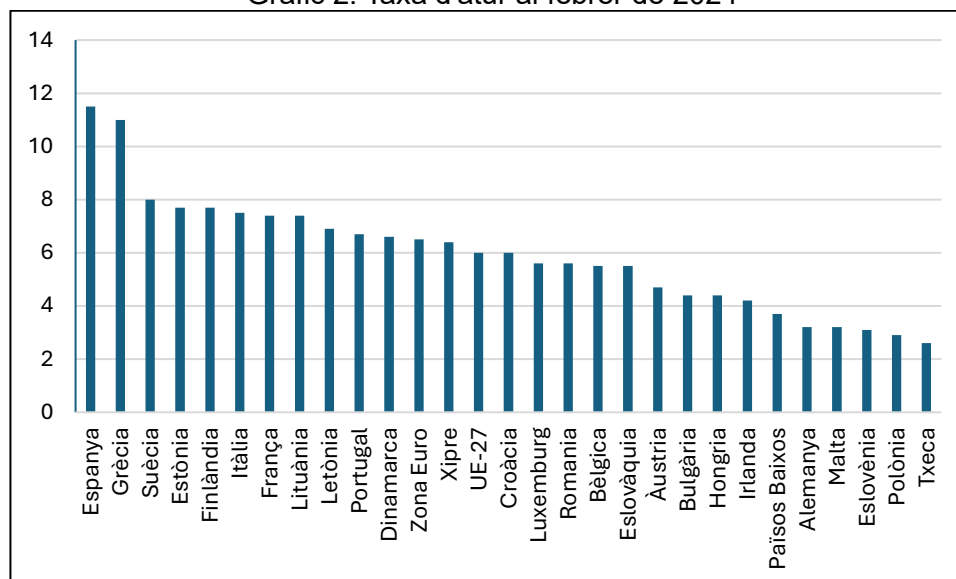
Així doncs, analitzant l'evolució del PIB al llarg dels darrers anys podem apreciar una forta davallada l'any 2020 a causa de la crisi de la Covid-19. Si parem atenció als anys següents observem com aquesta evolució ha estat força positiva, és a dir, el PIB s'ha incrementat respecte a l'any anterior.

Després de la pandèmia, el PIB a Espanya va créixer un 6,4%, mentre que a Catalunya ho va fer en un 6,9%. Posteriorment, l'any 2022 es va mantenir la tendència a l'alça tot i que amb un creixement inferior. Finalment, l'any 2023 el creixement ha estat considerablement menor als darrers anys, presentant-se força similar entre Espanya i Catalunya.

Podem apreciar com el creixement ha estat superior al de la zona euro, tot i que és força important recalcar que Espanya va ser un dels països més afectats l'any 2020. Així doncs, tampoc és de sorpresa que presenti taxes de creixement superiors.

Un altre aspecte important a considerar és el nivell d'aturats que existeix en un territori. En aquest sentit, històricament Espanya sempre ha estat un dels països amb taxes més elevades del nostre entorn.

Gràfic 2: Taxa d'atur al febrer de 2024



Font: elaboració pròpia a partir de dades d'Eurostat

Així doncs, podem observar com el febrer de 2024 Espanya presentava la taxa d'atur més alta entre els països del seu entorn. Pel que respecta a Catalunya, la comunitat va finalitzar l'any 2023 situant-se en nivells inferiors als nacionals així com una de les comunitats autònomes amb nivells menys elevats. (INE, 2024)

Si analitzem per edats, podem apreciar com els joves són els que presenten majors taxes d'atur. Així doncs, l'any 2023 els joves d'entre 20 i 24 anys comptaven amb una taxa d'atur superior al 25%, mentre que per la població entre els 25 i 29 anys era del 15,6%. El grup amb major taxa d'atur és pels joves d'entre 16 i 19 anys, amb una taxa propera al 43%. (INE, 2024)

Analitzant l'evolució dels preus mitjançant l'índex de preus al consum (IPC) podem observar com des d'inicis de 2022 ha presentat valors força elevats. En aquest sentit, va assolir el 10,5% l'agost del 2022, suposant la xifra més elevada en les darreres dècades. Des d'aquest moment la seva tendència ha estat a la baixa, tot i que encara manté valors positius. Al mes de juny l'IPC a Espanya era del 3,6%, mentre que a la zona euro era del 2,5%. (Datosmacro, s.d.)

Finalment, pel que respecta al preu del diner aquest també s'ha incrementat, així doncs, el Banc Central Europeu (BCE) ha incrementat els seus tipus d'interès per primer cop en més d'una dècada. En aquest sentit, el juliol del 2022 el BCE va pujar els tipus al 0,5%, fet molt significat perquè des del 2016 s'havien mantingut al 0%. (BCE, s.d.)

La tendència des d'aquest moment ha estat creixent, situant-se en l'actualitat entorn el 4,25%, proper als màxims històrics i amb la previsió de mantenir-se en els mesos vinents.

En definitiva, la situació econòmica en els darrers anys ha estat molt marcada per esdeveniments de caràcter internacional, fet al qual s'han de sumar elements estructurals com l'elevat nivell d'atur i de deute públic, que s'espera que s'incrementin en els anys vinents.

Per tant, podem considerar que ens trobem en un entorn que presenta algunes dificultats a l'hora d'iniciar un projecte empresarial, considerant també els possibles canvis en consum que poden tenir lloc entre la població com a resultat de les perspectives que tenen.

#### **4.1.3. Factors socials**

Pel que respecta als factors socials s'han d'analitzar la situació demogràfica del país i la seva evolució, així com les seves principals característiques i costums.

En primer lloc, tant Espanya com Catalunya presenten resultats molt similars en termes demogràfics. Així doncs, la majoria de la seva població es concentra en edats adultes. Fet al qual s'ha de sumar una natalitat baixa i endarrerida, presentant així unes piràmides poblacionals força envellides en els pròxims anys.

En aquest sentit, l'any 2022 Espanya presenta una relació de 2,39 persones cotitzant per pensionista, mentre que segons les previsions de l'Autoritat Independent de Responsabilitat Fiscal s'estima que l'any 2050 la ràtio serà d'1,87 treballadors per pensionista. (Expansión, 2023)

Parant atenció al Sistema Universitari Espanyol, el curs 2022-23 va comptar amb més d'1,7 milions d'estudiants matriculats, la majoria d'aquests en graus universitaris. (Ministeri d'Universitats, 2023)

També és important destacar que més del 17% dels estudiants matriculats en un grau de forma presencial ho ha fet en un centre situat fora de la comunitat on resideix, i més del 30% ho fa en una altra província. (Ministeri d'Universitats, 2022)

Pel que fa a la internacionalització, Espanya és el país que més estudiants internacionals rep gràcies a diversos programes de mobilitat existents, com ara el programa Erasmus. Així doncs, l'any 2022 va ser el principal país escollit pels participants del programa Erasmus, amb prop de 143.000 estudiants. D'aquesta forma, Espanya continua amb la tendència creixent que ha presentat els darrers anys, i que va ser frenada el 2020 a causa de la Covid-19. (Martín A., 2024)

En definitiva, podem apreciar com Espanya es tracta d'un país amb una forta presència de població adulta, que en les pròximes dècades es traduirà en una població envellida, fet al qual s'ha de sumar la baixa i endarrerida natalitat.

Per altra banda, però, compta amb un alt nombre d'estudiants universitaris, una part dels quals es troba matriculat en una altra comunitat diferent d'on resideix. Addicionalment, s'ha de tenir present l'elevat nombre d'estudiants que realitza programes de mobilitat interna, així com aquells provinents d'universitats estrangeres i que tenen com a destí Espanya.

#### **4.1.4. Factors tecnològics**

Els factors tecnològics fan referència al desenvolupament que existeix en un país, així com a la facilitat a l'hora d'accedir a noves tecnologies i aplicacions, i el cost que això implica.

En primer lloc, Espanya compta amb la presència de diverses empreses, organismes i centres dedicats a la tecnologia i al seu desenvolupament. Si bé és cert que no es considera la capital europea en aquest sentit, sí que es troba en una bona posició.

Tot i que Espanya és una economia basada en el sector serveis, especialment els relacionats amb el turisme, el sector tecnològic és un dels que major creixement experimenta, així com ser un dels motors laborals. (Tilves M., 2023)

En el cas particular d'internet, i pel que respecta al seu accés, trobem com més del 96% dels habitatges a Espanya compten amb alguna mena de connexió, i el percentatge de població entre els 16 i 74 anys que en fa ús és pràcticament total. (INE, 2023)

La utilització que se'n fa és molt diversa: des de l'entreteniment i la informació, a la comunicació amb altres persones. També en destaca, però, la utilització de serveis de banca digital, així com de compres per internet, elements que han guanyat molta força en els darrers anys.

Això implica que, per una banda, existeix per part de la població una confiança prou ampla en aquestes tecnologies per a fer-ne un ús en tràmits i operacions dineràries, així com l'elevat nivell familiarització en aquestes.

Per tant, podem considerar Espanya com un país molt avançat en termes d'accés i desenvolupament de tecnologies, així com d'utilització per part de la població més enllà de l'oci, fets que resulten importants atès la nostra activitat.

#### **4.1.5. Factors ambientals**

En aquest s'inclouen els aspectes que tenen relació amb el medi ambient i la seva protecció, incloent-hi tots els aspectes des de l'obtenció de recursos, el procés productiu, i el tractament que es fa dels residus.

Pel que fa a la Unió Europea i Espanya, són nombroses les iniciatives i polítiques aplicades dirigides a mitigar l'impacte que es té sobre el medi natural, ja sigui mitjançant la correcta gestió dels residus industrials o limitant les emissions, entre d'altres.

Tot i això, i tenint en compte l'activitat a la qual es vol dedicar l'empresa, no es pot considerar que aquests factors siguin d'especial rellevància a l'hora de desenvolupar el projecte.

#### **4.1.6. Factors legals**

Finalment, també és important fer referència a l'entorn legal que existeix en un país, així com les lleis que poden afectar el desenvolupament del projecte empresarial.

En aquest sentit, les principals lleis que seran d'interès a causa de la seva afectació sobre la nostra activitat seran:

- Llei de Societats de Capital (Reial Decret Legislatiu 1/2010, de 2 de juliol)
- Llei de l'Impost sobre Societats (Llei 27/2014, de 27 de novembre)
- Llei de l'Impost sobre el Valor Afegit (Llei 37/1992, de 28 de desembre)
- Llei de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals (Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre)

Altres lleis de l'àmbit laboral com ara l'Estatut dels Treballadors, la llei del teletreball, regulacions horàries i contractuals, etc.

Tenint en compte que la nostra activitat es desenvolupa principalment mitjançant internet, s'hauran de tenir presents altres lleis reguladores del comerç electrònic i d'activitats digitals.

Finalment, també és important tenir presents els recents canvis normatius referents a la facturació de les empreses. Així doncs, l'article 2 bis.1. de la Llei de Mesures d'Impuls de la Societat de la Informació estableix que "tots els empresaris i professionals hauran d'expedir, remetre i rebre factures electròniques en les seves relacions comercials amb altres empresaris i professionals".

#### **4.2. Anàlisi de l'entorn específic**

L'anàlisi de l'entorn específic se centra a estudiar aquells elements de l'entorn que estan més propers a l'empresa i, per tant, poden tenir una influència més directa.

En primer lloc, s'ha de tenir en compte la situació que es viu a Espanya amb relació a l'habitatge i les dificultats per al seu accés, prestant especial atenció a les persones més joves, ja que són les que més ho pateixen i són objecte directe de la nostra activitat.

En segon lloc, també és important realitzar un estudi del mercat on operem, analitzant quines característiques presenta, així com les característiques dels seus participants, utilitzant per fer-ho l'anàlisi de les cinc forces de Porter.

#### **4.2.1. L'accés a l'habitatge**

Existeix un darrer factor a tenir en compte, que tot i estar relacionats amb factors anteriors, s'ha de considerar de forma individual a causa de la seva importància i singularitat. Aquest factor és la situació actual respecte a l'accés a l'habitatge, especialment per als més joves.

En primer lloc, s'ha de destacar l'edat a la qual els joves abandonen l'habitatge familiar. Mentre que a Espanya ho fan vora els 30 anys (i la tendència és creixent), la mitjana de la Unió Europea se situa lleugerament per sobre dels 26 anys, fet que s'ha mantingut força estable al llarg dels darrers anys (FUNCAS, 2023).

En aquest mateix sentit, el Consell de la Joventut d'Espanya estima que la taxa d'emancipació juvenil se situa sobre el 16%, mentre que la de la Unió Europea és propera al 32% (CJE, 2024).

Un dels factors que pot explicar aquesta situació és l'elevat cost d'accedir a un domicili. Pel que fa al lloguer (modalitat més utilitzada pels joves) s'estima que un ciutadà haurà de destinar el 43% del seu salari brut, percentatge que s'incrementa fins al 58% a Catalunya, Balears i Madrid. (Vargas R., 2023)

Més dramàtica és la situació en el cas que s'opti per hipotecar-se. L'observatori social de la Fundació "la Caixa", va estimar ja l'any 2019 que els joves requerien més del 60% dels seus ingressos mensuals per a poder pagar el préstec. El mateix estudi també fa referència a l'elevat preu de l'habitatge així com les garanties que s'han d'aportar. (Muñoz G.A., Blancafort A., 2019)

L'existència d'una demanda considerablement superior a l'oferta d'habitatge, especialment als nuclis urbans, també ha jugat un paper molt important en aquesta situació. Així doncs, el *think-thank* Funcas (enfocat a la investigació econòmica i social) afirma que des del 2015 s'han iniciat uns 75.000 habitatges l'any, mentre que el nombre de noves llars ha estat d'uns 120.000 anuals (FUNCAS, 2023).

Aquesta és la que es considera per molts com la veritable causa de la crisi d'habitatge que patim. Tot i que corregir aquesta tendència, i els efectes que aquest dèficit ha provocat al llarg dels anys no és fàcil.

En tractar-se d'un problema a tot el territori nacional, en els darrers anys s'han aprovat diverses lleis arreu l'Estat per tal d'intentar revertir aquesta situació. Tot i això, per efectuar l'estudi ens centrarem a la comunitat autònoma de Catalunya, ja que és l'àmbit d'actuació pels primers anys de projecte empresarial.

Ja l'agost de 2023 el Departament de Territori va declarar 140 municipis de tota Catalunya com a zones de mercat residencial tensionat. Mitjançant la Resolució TER/800/2024, de 13 de març, es declaren els municipis considerats tensionats i permet aplicar una major regulació, per exemple, amb limitacions de preu.

Aquesta llei de caràcter autonòmic es recolza en la Llei 12/2023, de 24 de maig, pel dret a l'habitatge (que és d'àmbit estatal). Tot i això, els lloguers de tipus temporal no es troben inclosos i, per tant, no s'han de regir per les limitacions que estableix aquesta llei.

Si més no, alguns governs autonòmics entre els quals es troba el Govern de la Generalitat, han fet saber que ja treballen sobre una legislació per a poder regular també aquests lloguers temporals. (Casas N., 2024)

Considerant l'activitat d'ESUTHOUSE, es tracta d'un aspecte a seguir pel possible efecte que pot tenir sobre l'oferta d'aquests tipus d'habitatges.

#### **4.2.2. Anàlisi de la competència**

Un altre aspecte important a tenir en compte a l'hora d'efectuar una anàlisi del sector és prestar atenció als diferents competidors que hi participen, sigui presentant productes o serveis homogenis, o altres que estan encaminats a satisfer les mateixes necessitats.

##### Plataformes generalistes

En primer lloc, trobem les principals plataformes de lloguer d'habitatge a Espanya, com són Idealista, Fotocasa i Indomio. Aquestes plataformes compten amb una gran infraestructura i presència al llarg de tot el territori nacional, gaudint totes elles d'un alt nombre d'usuaris i publicació d'anuncis. A més, es troben disponibles en format web i aplicació mòbil.

Tot i que amb algunes variacions i condicions en cada cas, les tres plataformes permeten, de forma general, la publicació dels primers anuncis de forma gratuïta. A més, compten amb la possibilitat d'adquirir millores per aquests anuncis amb la finalitat de

millorar el resultat en el qual apareixen a la plataforma, així com la forma en la que ho fan.

En una altra línia, les plataformes compten amb portals en els quals publiquen continguts relacionats amb el món immobiliari i de l'habitatge: tendències del sector, notícies macroeconòmiques, idees de decoració, opcions de vacances, etc.

Encara que compten amb molts aspectes positius (com el volum d'usuaris, i les diferents opcions de personalització que proporcionen als anuncis), i encara que l'usuari té flexibilitat a l'hora d'efectuar l'anunci (per exemple, establir que és un pis compartit entre estudiants), no són plataformes que es dirigeixin necessàriament a un lloguer de caràcter temporal, molt menys encara a un públic estudiantil.

Així doncs, des d'un punt de vista de lloguer estudiantil, el principal inconvenient que presenten aquest tipus de plataformes és que no es dirigeixen a aquest sector i, per tant, l'oferta per aquest tipus de lloguers, que presenten característiques diferents, no és gaire ampla.

Adicionalment, s'ha de tenir present que, a diferència d'altres modalitats, el contracte d'aquest tipus de lloguers no s'efectua al llarg de tot un any. Això, implica una alta competició amb la resta d'anuncis publicats, fet que suposa un increment del cost força elevat de cara al propietari.

#### Plataformes per compartir habitatge

Un altre tipus de plataforma a considerar són aquelles que se centren en el lloguer d'habitacions, com és el cas de Badi o Piso Compartido. En termes generals, el procés de visualització d'anuncis és similar al de la resta de plataformes, permetent aplicar filtres i classificar els resultats.

En el cas concret de Badi, i prestant atenció a la informació proporcionada a la seva pàgina web, i similar a la política d'altres plataformes, la publicació del primer anunci és gratuïta. Si més no, les funcionalitats que s'obtenen en un còpte gratuït són limitades, fins al punt de no poder contestar a tots els interessats.

Compta amb una subscripció "Badi Gold" que té un preu de 19,99 € per cada anunci. Aquesta permet contestar a tots els interessats, millora el posicionament de l'anunci durant 6 h, i permet contactar a usuaris de forma directa segons les preferències mostrades. (Badi, s.d.)

Aquestes plataformes, però, tampoc estan pensades ni dirigides a un públic estudiant, encara que sí que es poden trobar anuncis concrets dirigits a aquest grup d'inquilins.

Així doncs, si bé aquestes plataformes aporten una solució per als estudiants, també implica que les condicions del lloguer no seran les més adequades per a ells (conviure amb persones de diferent rang d'edat, equipaments disponibles a l'habitatge, ubicació, etc.).

### Plataformes per a estudiants

El darrer tipus de plataforma a analitzar són aquelles que se centren la modalitat del lloguer estudiantil i que, per tant, es dirigeixen al mateix públic que la nostra plataforma. Entre aquestes plataformes podem destacar Live4Life, CUVI, Aluni i Habitatge Jove.

En el cas d'aquest tipus de plataformes, el principal element distintiu, així com principal avantatge, és el fet d'enfocar-se en un mercat en concret. D'aquesta forma, es permet compaginar els interessos i necessitats d'ambdues parts, que permet agilitzar i adaptar el procés.

- LIVE4LIFE

Analitzant la informació disponible a la seva pàgina web, la plataforma es troba present a prop de 50 ubicacions, algunes d'elles situades a l'estranger (com per exemple, Miami, Ciutat de Mèxic o Lima). Si més no, els anuncis es concentren a grans ciutats del territori nacional, però especialment a València, d'on sorgeix el projecte.

En el moment de buscar un habitatge o habitació, es permet segregar per ciutats, així com aplicar filtres amb relació a les característiques de l'espai i dels equipaments amb els quals gaudeix.

Pel que respecta a la publicació dels anuncis, l'empresa compta amb un total de tres plans diferents: en el cas més bàsic la gestió la realitza el propietari, la segona opció proporciona serveis de gestió de l'habitatge, mentre que la tercera afegeix la garantia de rebre ingressos encara que l'habitatge no estigui llogat, entre d'altres. (Live4Life, s.d.)

Un cop l'anunci ha estat publicat, els usuaris poden visualitzar-lo i reservar-lo. Si és el cas, el propietari rebrà un missatge de confirmació, decidint si accepta la reserva de l'habitatge o no.

A l'hora d'efectuar el pagament, l'estudiant ha d'ingressar a la plataforma el cost de la primera mensualitat, així com el cost del servei per fer ús de la plataforma. En el cas del propietari, un cop signat el contracte rebrà el pagament de la primera mensualitat, descomptant el cost del servei proporcionat (un 3% del total del lloguer). (Live4Life, s.d.)

A diferència d'altres plataformes, no compta amb exclusivitat de publicació. A més, compta amb un total de 5 oficines físiques arreu el territori nacional (Madrid, València, Alacant, Sevilla i Granada).

La plataforma compta amb un blog i presència a xarxes socials on es publiquen continguts relacionats amb l'habitatge i d'interès per als seus usuaris.

- CUVI

Observant la seva pàgina web, la presència de la plataforma és relativament reduïda, concentrant-se en aquelles ciutats més importants com ara Madrid, Barcelona (única ciutat catalana), València, Sevilla, Cartagena, entre d'altres.

Un element interessant de la plataforma és que, a banda d'anunciar habitatges, permet anunciar als mateixos estudiants publicar un anunci per tal de connectar amb altres estudiants i possibles companys d'habitatge en un futur, així com amb propietaris. Aquesta funcionalitat, que no es troba a totes les ciutats, permet filtrar els estudiants segons el sexe, l'edat, la situació laboral, etc.

En filtrar els anuncis dels habitatges, i similarment a la resta de plataformes, es pot discriminar entre dimensions, preu, nombre d'habitacions, equipaments disponibles, etc. Com a element destacable, la plataforma únicament permet l'anunci de persones particulars, eliminant anuncis d'agències immobiliàries.

Addicionalment, l'estudiant pot adreçar-se a la plataforma per tal que siguin aquests els que portin a terme el procés de recerca d'habitatge segons les preferències mostrades per l'estudiant, servei que té un preu de 30 € per habitació. (CUVI, s.d.)

Compta amb una versió gratuïta que permet la publicació d'un anunci d'habitatge o habitació, amb la possibilitat d'incloure una única imatge. Addicionalment, i per un cost de 7,90 € es poden gaudir d'avantatges respecte a la quantitat d'anuncis, imatges i posicionament al llarg d'una setmana. Per un preu de 9,90 € aquest termini s'incrementa al mes. (CUVI, s.d.)

- ALUNI.NET

De la recerca a la seva pàgina web, i seguint la tendència d'altres plataformes, la seva presència es manté a aquelles ciutats grans que compten centres universitaris, o que són properes a aquests. A més, també efectua en algunes de les ciutats on és present, activitats en les quals els seus usuaris es poden inscriure, com ara voluntariats, dinars, activitats de lleure, etc.

La plataforma se centra en la publicació d'habitatges i habitacions, destacant la modalitat de lloguer en família, on també es pot oferir una reducció de preu si l'estudiant executa tasques d'aprenentatge amb menors, entre d'altres. Encara que no permet realitzar un filtratge dels resultats segons les seves característiques i equipaments, sí que inclou un sistema de puntuació dels habitatges.

Pel que fa al procés de publicació d'anuncis, aquest s'ha d'efectuar de forma conjunta amb la plataforma, i té un preu inicial de 95 € a canvi d'efectuar les fotografies i pla de l'habitatge. (Aluni.net, s.d.)

A banda d'aquest pagament, però, el propietari també ha de signar acords amb la plataforma, que regularan les condicions de l'anunci i dels serveis a prestar, així com el dipòsit d'una fiança mínima de 200 €. (Aluni.net, s.d.)

Adicionalment, la plataforma compta amb diversos tipus de gestió per als propietaris, que poden incloure la gestió de pagaments i devolucions, o la recepció dels estudiants.

Finalment, un altre element a destacar és el fet que el preu de l'habitatge es fixa seguint les instruccions de la plataforma, així com l'exclusivitat que aquesta manté respecte a la publicació a altres plataformes.

- HABITATGE JOVE

El principal element diferenciador d'aquesta plataforma és que se centra únicament a la ciutat de Barcelona i voltats. A més, a banda de posar a disposició de l'usuari anuncis d'habitatges i habitacions, també incorpora anuncis de residències universitàries així com estades amb famílies.

En relació amb el filtratge dels anuncis publicats, resulta complicat fer-ho, perquè solament es permet ordenar els anuncis segons el seu preu o la seva ubicació, encara que un cop es visita l'anunci sí que s'aporta la informació. A banda de la publicació a la pàgina web, també disposen d'un espai físic on els usuaris poden adreçar-se.

En el cas dels propietaris d'habitatges, aquests han d'emplenar un formulari a la pàgina web indicant les característiques de l'habitatge. La plataforma també s'involucra de forma proactiva en el procés de lloguer, efectuant visites, inventaris, gestionant els contactes amb els interessats, així com la signatura del contracte i algunes de les seves condicions.

Tot i això, Habitatge Jove no aporta gaire informació de forma pública amb relació al procés de llogar, així com les condicions imposades a l'hora de signar el contracte ni del preu que suposa anunciar-se a la seva plataforma.

Pel que fa a les condicions a l'hora de llogar per als estudiants, aquestes sí que venen informades a la pàgina web, encara que varien segons les característiques del lloguer i de la quantitat de persones: (Habitatge Jove, s.d.)

- Pagament d'honoraris per formalitzar la reserva (des dels 260 € fins al 70% de la mensualitat de l'habitatge)
- Pagament d'una fiança de 2 mesos (1 mes en el lloguer d'habitacions)
- Pagament de la mensualitat en el moment de signar el contracte
- Provisió de fons per consums de gas, aigua, llum, etc. (95 € mensuals en el cas de lloguer d'habitacions)
- Pagament, en efectiu, de l'impost sobre transmissions patrimonials - Renovació de contracte: d'un mes 85 € per persona; tres mesos per 250 € per persona

Finalment, la plataforma es manté activa a xarxes socials, on utilitza aquestes per a la publicació d'alguns dels seus habitatges, així com continguts promocionals.

#### **4.2.3. Les cinc forces de Porter**

El model de les cinc forces de Porter permet establir quina és la posició d'una organització en un mercat mitjançant l'anàlisi de cinc elements: els clients, els proveïdors, els productes substitutius, els competidors existents, i els possibles competidors futurs. (Porter M.E., 2008)

- Poder de negociació dels clients

En un primer moment, el poder de negociació dels clients serà relativament elevat a causa de la falta de reconeixement i imatge de la nostra empresa. Tot i això, a mesura que es porta a terme el desenvolupament del projecte i s'apliquen les estratègies de màrqueting plantejades, l'adquisició de nous clients i el reconeixement de la plataforma també s'incrementarà.

Pel que respecta al preu del nostre servei, i a diferència del que podem trobar a altres plataformes, aquest s'estableix mitjançant un preu fix i tancat, fet que implica una reducció del seu poder de negociació.

Així doncs, prenent com a clients aquelles persones que publiquen els seus anuncis a la nostra plataforma, el seu poder de negociació s'anirà reduint a mesura que el reconeixement de la plataforma s'incrementa, així com la capacitat amb la qual compta per atreure i retenir usuaris.

- Poder de negociació dels proveïdors

Pel que respecta als proveïdors, podem diferenciar dos tipus, aquells que presten activitats que afecten el nucli del nostre negoci, i aquells que proporcionen activitats auxiliars.

En el primer cas s'inclou, essencialment, aquells proveïdors relacionats amb el desenvolupament i manteniment de la plataforma. Aquests comptaran amb un major poder de negociació, ja que si bé existeixen altres alternatives, realitzar el canvi pot resultar costos i difícil.

Per aquells proveïdors que executen activitats auxiliars al nucli del negoci, el seu poder de negociació serà inferior. Així doncs, existeixen alternatives per preus similars i amb un procés de canvi de baixa dificultat.

Finalment, la combinació de tractar-se d'una nova empresa, i disposar d'un equip reduït, no ens situa en una posició forta de cara a la negociació amb proveïdors. Si més no, degut a la naturalesa de l'activitat a desenvolupar i al servei que aquests proveïdors proporcionen, no es considera que sigui un factor clau ni perjudicial. Encara així, s'espera aconseguir termes i condicions més favorables en el moment en què el projecte creix.

- Amenaça de productes substitutius

Pel que respecta a l'amenaça de productes substitutius, es pot considerar que aquesta és alta doncs existeixen diferents plataformes dedicades a la publicació d'anuncis d'habitatges per a llogar, que tot i no centrar-se en el públic universitari sí que podrien suposar una amenaça.

Així doncs, plataformes com Idealista o Fotocasa permeten realitzar aquesta recerca d'habitatges per a llogar, però no es troben dirigides al públic universitari. Aquest és un element important, doncs el lloguer a estudiants presenta unes característiques diferents del lloguer habitual d'una persona adulta.

Per tant, en el moment de centrar-se en el públic universitari s'aconsegueix crear una plataforma on tots els usuaris saben que l'altra part està disposada a acceptar aquesta modalitat de lloguer, així com poder donar resposta a les necessitats particulars que tenen.

També s'han de considerar altres iniciatives que han aparegut en els darrers anys, com ara aquelles que ofereixen la possibilitat de disposar d'un habitatge o habitació a canvi d'efectuar tasques del dia a dia de l'habitatge (cuidar nens petits, ajudar en

els seus estudis, dedicar estones a persones de la tercera edat, etc.). Amb tot i això, aquestes no són força comuns i, per tant, no acaben de suposar una amenaça.

- **Amenaça de nous competidors**

Podem considerar l'amença de nous competidors com a relativament elevada degut, principalment, a la baixa quantitat de barreres d'entrada que existeixen, i que fan possible l'aparició de nous competidors de forma ràpida.

La principal barrera d'entrada és comptar amb els mitjans tècnics i la infraestructura necessària per a acollir la plataforma on es du a terme l'activitat. Encara que aquesta pot variar molt depenent de les funcionalitats i serveis que es volen oferir, en un primer moment no hauria de suposar un gran desemborsament.

Pel que respecta a la regulació legal, aquesta no té un impacte significatiu sobre l'activitat. En canvi, la identificació de la marca si és un element important a destacar de cara als consumidors. Per aquesta raó, ESTUHOUSE porta a terme accions de cara a millorar la seva imatge de marca i de promoció.

També és important tenir present l'existència d'altres plataformes de caràcter generalista i que compten amb una major infraestructura i volum d'usuaris. Aquests elements fan que la seva entrada al mercat sigui relativament senzilla.

- **Rivalitat amb els competidors actuals**

Pel que respecta amb la rivalitat amb els competidors actuals, podem considerar que aquesta és, en termes generals, relativament alta. Així doncs, en analitzar els competidors existents s'han identificat un conjunt de plataformes de lloguer que es troben dirigides a la modalitat de lloguer estudiantil; si més no, també hem observat com aquestes tenen una presència a grans ciutats.

Existeixen plataformes com ara Habitatge Jove, que limiten la seva activitat a un àmbit territorial molt concret, com en el seu cas és Barcelona i altres ciutats properes a aquesta.

Per altra banda, trobem altres plataformes que compten amb una presència més ampla al llarg de tot el territori nacional, com podria ser el cas de Live4Life, Aluni.net i CUVI. En el cas d'aquestes plataformes el seu àmbit territorial es limita a grans ciutats amb una presència de centres universitaris, i altres nuclis poblacions propers a aquests.

Considerem que l'estratègia a seguir per part de ESTUHOUSE respecte a l'àmbit territorial a cobrir, especialment en els primers moments, ens permeten gaudir de la possibilitat de comptar amb una posició dins el mercat.

Addicionalment, també disposen d'una oferta de serveis accessoris als seus usuaris, com poden ser la gestió de la rebuda de l'estudiant, la intermediació en cas de problemes, o la cerca d'estudiants als qui llogar l'habitatge.

De cara al propietari, la contractació d'aquests serveis aporta una major senzillesa perquè no ha d'efectuar tràmits, a canvi evidentment d'assumir un major cost. Per altra banda, implica una pèrdua de flexibilitat en el moment que s'ha d'adaptar a les condicions que fixen cadascuna de les plataformes.

Finalment, algunes d'aquestes plataformes tenen un espai a la seva pàgina web on publicar notícies o articles, així com tenen presència en diverses xarxes socials. En el cas de ESTUHOUSE, també s'opta per la publicació activa de continguts d'interès per als nostres usuaris, amb un especial èmfasi en la utilitat i valor que aquests aporten per sobre de la quantitat.

## **5. PLA ESTRATÈGIC**

L'elaboració d'un pla estratègic consisteix a establir els objectius finals als quals l'empresa vol arribar, així com les diverses accions que s'haurien de portar a terme per a poder aconseguir-ho.

Per a la seva realització s'ha d'analitzar l'entorn on se situa l'empresa, així com identificar quins són els factors que poden afectar el projecte, tant de forma positiva com negativa, independentment de si provenen de l'interior o l'exterior de l'organització.

### **5.1. Missió**

Rich Horwath (2007) estableix que la missió d'una organització és "una declaració clara, concisa i duradora de les raons de l'existència actual d'una organització". Per tant, aquesta ha de ser una breu descripció de la finalitat de l'organització, així com aquesta aporta valor.

La missió de ESTUHOUSE és fer que el procés d'iniciar uns estudis superiors lluny de casa sigui el més fàcil possible per a estudiants, famílies i propietaris, aconseguint que el lloguer d'habitatge durant el curs acadèmic sigui més transparent i senzill.

## **5.2. Visió**

Entenem per visió empresarial la forma en què l'organització i els seus membres, veuen aquesta en un llarg termini; és aquell objectiu o imatge global que els agradaria aconseguir.

ESTUHOUSE té la visió de convertir-se en un referent per a tots aquells estudiants que busquen un habitatge per a la durada dels seus estudis superiors, facilitant la transició a aquesta nova etapa que inicien.

## **5.3. Valors**

Els valors d'una organització consisteixen en el conjunt de principis i plantejaments amb els quals l'organització s'identifica i accepta, aquests guien la forma en la qual l'organització i els seus membres persegueixen el seu objectiu.

Així doncs, els nostres valors són:

- La transparència i el tracte honest de cara als nostres usuaris, proporcionant-los la informació que requereixen de forma clara i senzilla, garantint la facilitat d'ús dels nostres serveis
- La qualitat i l'excel·lència a l'hora de fer arribar el nostre servei als clients, aconseguint que l'experiència que tenen els usuaris sigui satisfactòria des de principi a final
- El suport i la promoció a la innovació, apostant per aconseguir que els membres de l'organització puguin realitzar aportacions, i incorporant-los en la presa de decisions com a element clau per a avançar en el projecte
- La proximitat amb els nostres usuaris, garantint una comunicació directa i efectiva, així com possibilitant la interacció amb l'organització i altres usuaris

### **5.4.1. Objectius a curt termini**

El principal objectiu a curt termini és aconseguir un bon nombre d'usuaris dins la plataforma, tant pel que respecta a estudiants com de propietaris, així com del nombre d'habitatges ocupats gràcies a la mateixa.

També serà important ser capaços d'atreure un major públic a la plataforma, mitjançant l'optimització i segmentació dels esforços de màrqueting, així com de promoure els continguts publicats a xarxes socials i els articles disponibles dins la plataforma. D'igual forma, es persegueix incrementar el reconeixement i la imatge de la plataforma.

Un cop el projecte ha superat els primers anys, aconseguir uns resultats econòmics que permetin el manteniment d'aquest, així com començar a desenvolupar millores dins la plataforma i processos interns de cara a poder incorporar noves ciutats i funcionalitats.

#### **5.4.2. Objectius a llarg termini**

Pel que fa als objectius a llarg termini, el principal objectiu és consolidar l'operativa del negoci, així com obtenir una posició forta dins el sector com a una de les principals plataformes per al lloguer d'habitatges estudiantils.

En aquest sentit, es busca incrementar la presència de la plataforma a noves ciutats, prioritzant aquelles que, si bé compten amb la presència de centres universitaris, no compten amb una alternativa, o bé no es troba prou desenvolupada.

Internament, un objectiu a llarg termini és ser capaços de desenvolupar eines internes i aconseguir un major nivell d'automatització, que d'aquesta forma permet ser més productius eliminant les tasques més monòtones i mecàniques, alhora que es possibilita la incorporació de nous serveis.

Addicionalment, també es persegueix dotar al negoci de noves vies d'ingressos, com ara mitjançant la col·laboració amb entitats i negocis locals per a la seva promoció a aquells usuaris als quals els pugui ser d'interès a causa de la seva ubicació o preferències.

Amb les formes d'ingressos ja existents, es busca incrementar la quantitat de continguts patrocinats, així com els ingressos que aquests generen, passant a proporcionar una font estable i recurrent d'efectiu.

#### **5.5. DAFO**

Un cop s'ha analitzat i estudiat l'entorn extern i l'entorn intern podem dur a terme una anàlisi DAFO, mitjançant el qual es poden visualitzar de forma clara quines són les nostres debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats.

Debilitats:

- Com a principal debilitat destaca la reduïda dimensió de l'equip de treball, així com una baixa experiència en el llançament de projectes.
- D'igual forma, existeix una manca d'experiència en gestió empresarial del soci fundador, que serà també l'encarregat de la direcció de l'activitat en els primers anys.
- A més, en tractar-se d'una empresa de nova creació no compta amb una reputació ni reconeixement per part dels clients que es troben a aquest mercat.

- Finalment, i com a combinació d'aquests factors podem establir que existeix una certa dificultat per accedir al finançament.

#### Fortaleses:

- Una de les principals fortaleses així com element de confiança en els nostres usuaris és l'elevat grau de proximitat que tenim amb aquests, tant en aspectes d'ubicació com d'atenció i interacció que proporcionem.
- Interacció amb els usuaris de forma ràpida i directa per diversos mitjans.
- Presència activa a xarxes socials, amb la publicació d'articles i altres continguts que siguin d'interès als usuaris.
- Destaca com a element d'atractiu el baix preu que el nostre servei presenta, especialment tenint present la qualitat d'aquest i l'experiència de l'usuari en utilitzar la plataforma.
- Així doncs, també disposem d'una oferta prou ampla perquè els usuaris puguin publicar els seus anuncis amb les característiques que desitgin, adaptant-se així a les seves necessitats i preferències.

#### Amenaces:

- Situació del sector de l'habitatge força complexa, amb dificultats per accedir-hi especialment pels joves.
- Relativa incertesa política i legislativa, que pot resultar especialment preocupant per regulacions i canvis normatius entorn l'habitatge i el lloguer.
- Perspectives macroeconòmiques no són especialment bones, això pot fer disminuir la quantitat d'estudiants nacionals que estudien fora de la seva província.
- Existència d'altres plataformes de lloguer, tant de caràcter generalista com dirigides al lloguer a estudiants, amb majors recursos, reconeixement i usuaris.

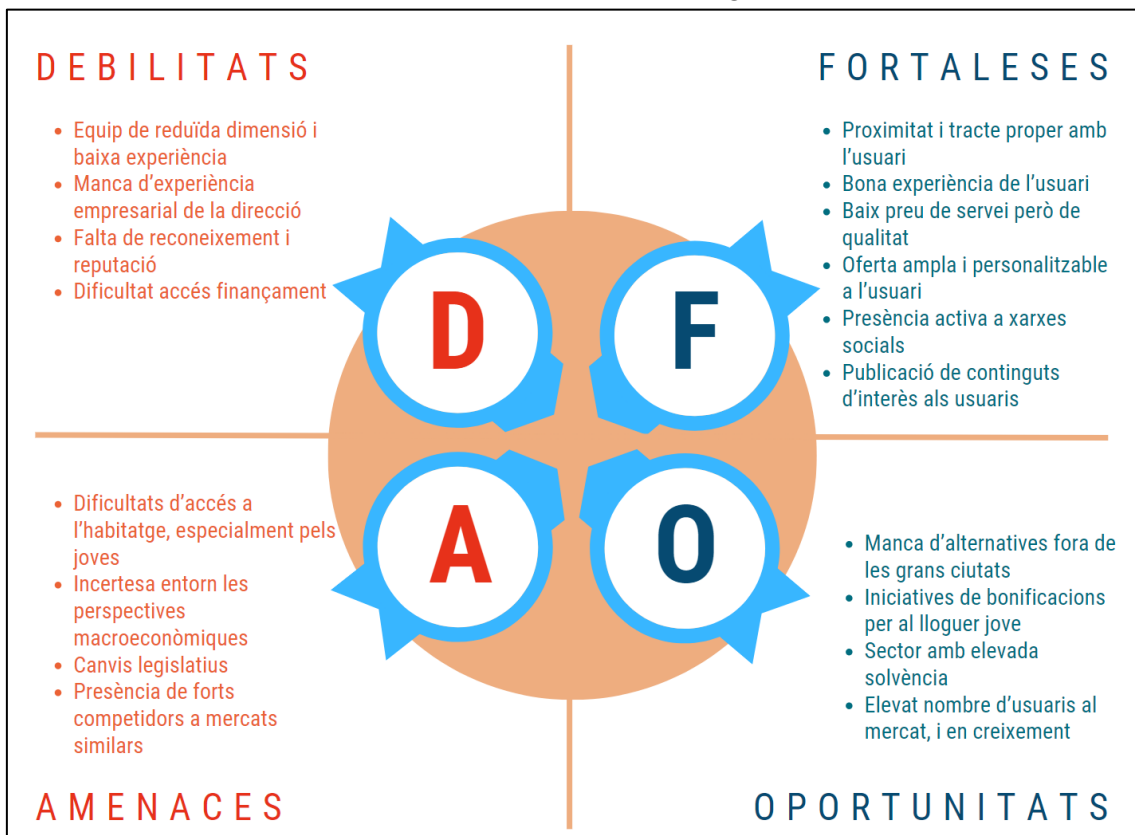
#### Oportunitats:

- Destaca com a principal oportunitat la manca d'alternatives especialitzades en el lloguer enfocat al públic estudiantil fora de les principals ciutats d'Espanya, així com altres del seu entorn.
- Tenint present la situació d'alta tensió que es produeix en el sector immobiliari, i especialment per als joves, existeixen iniciatives per a oferir bonificacions i ajudes.
- Pel que fa a la solvència del sector, podem considerar que aquesta es planteja en una bona situació. Així doncs, en termes generals són els progenitors dels

estudiants qui fan front al pagament del lloguer, fet que representa unes elevades garanties de cobrament.

- Finalment, el nombre d'estudiants que requereixen aquest tipus d'habitatge o similars és força elevat, i s'espera que mantingui llevat d'un empitjorament de la situació econòmica.
- En aquest sentit, no solament s'han de tenir presents els estudiants que tenen la seva residència habitual a una província diferent d'on realitzen els estudis, sinó també l'elevat nombre d'estudiants de mobilitat (tant en l'àmbit nacional com internacional).

Il·lustració 2: Anàlisi DAFO



Font: elaboració pròpia

## 5.6. Estratègia

Michael Porter (1980) estableix que les empreses disposen de tres estratègies competitives genèriques, diferents segons quins siguin els seus avantatges competitiu i l'entorn en el qual competeixen. Aquestes estratègies competitives són:

- Lideratge en costos: es basa en la capacitat de l'empresa de reduir els seus costos al llarg de tota la cadena de valor, de forma que es pugui veure reflectit en el preu final

- Lideratge en diferenciació: consisteix a oferir un producte o servei que pels seus atributs de qualitat, funcionalitats, etc. sigui vist pels consumidors com a únic
- Lideratge per enfocament: es parteix del concepte de dividir el mercat en grups ben definits segons diverses característiques (preferències de consum, zona geogràfica, etc.) i centrar els esforços en un segment en concret

Pel que respecta a ESTUHOUSE, la base del servei ja es pot trobar al mercat, així doncs són diverses les plataformes basades en la publicació d'anuncis d'habitatges disponibles per lloguer o fins i tot compra.

A més, també existeixen altres plataformes que tenen com a públic objectiu aquells que busquen un lloguer a estudiants, i que adapten aquest servei a les seves característiques i necessitats.

Així i tot, trobem com aquestes plataformes es concentren en grans ciutats en les quals existeixen centres universitaris, així com alguns dels nuclis urbans més propers. Aquesta distribució resulta en el fet que existeix un gran nombre de municipis de menor dimensió que, tot i tenir presència de centres universitaris i requerir aquests tipus d'allotjament, no compten amb una plataforma per fer-ho.

Així doncs, ens trobem que en un primer moment l'estratègia a seguir ha de ser una d'enfocament a aquest segment en concret, fet que no implica no tenir presència en la resta de ciutats de major dimensió.

### 5.6.1. Matriu d'Ansoff

La matriu d'Ansoff, també anomenada matriu producte/mercat, és una de les principals eines utilitzades en l'àmbit de la planificació estratègica. El seu objectiu és analitzar i identificar les diferents estratègies de creixement que té una organització. Per tal d'aconseguir-ho es relacionen els productes i mercats, diferenciant segons si aquests són nous o actuals per a l'empresa.

Taula 1: Matriu d'Ansoff

		PRODUCTES	
		Actuals	Nous
MERCATS	Actuals	Penetració de mercat	Desenvolupament de productes <i>Incorporació de residències universitàries</i>
	Nous	Desenvolupament de mercat <i>Incrementar la quantitat de ciutats disponibles</i>	Diversificació <i>Oferir un servei a estudiants estrangers en programes de mobilitat</i>

Font: elaboració pròpia a partir d'Ansoff, I (1957)

En un primer moment, l'estratègia a seguir per ESTUHOUSE consisteix a desenvolupar el projecte empresarial, consolidant l'empresa en els primers anys i aconseguint una posició estable dins el mercat i entorn inicialment previst.

Un cop aconseguida aquesta estabilitat i competitivitat dins l'àmbit territorial inicial, l'estratègia implica portar el projecte empresarial a nous mercats. En aquest sentit, el desenvolupament de nous mercats vindrà marcat per l'expansió de ESTUHOUSE al llarg del territori nacional, mantenint l'enfocament inicial: ciutats amb centres universitaris on pugui existir demanda per al nostre servei, però amb poca presència de competidors.

Aquesta es considera en un inici com la millor forma de creixement, essent ràpida i segura, requerint poques modificacions a l'estructura i plantejament de l'organització.

Mantenint el funcionament i característiques de la plataforma fins al moment, també es persegueix la incorporació d'anuncis per a residències universitàries. Això permet a ESTUHOUSE desenvolupar un nou producte sense la necessitat de grans canvis o inversions.

Finalment, es considera l'opció de proporcionar un servei a aquells estudiants estrangers que participen en programes de mobilitat a nivell europeu o internacional i que requereixen un habitatge on estar. Aquests estudiants acostumen a tenir una estança més curta, ja que els programes solen estar plantejats per a quadrimestres i no anys complets. A més, presenten una sèrie de característiques diferents del públic nacional (com poden ser la llengua, la cultura, les expectatives, etc.) que permeten incorporar aquest servei de gestió.

## **6. PLA DE MÀRQUETING**

El pla de màrqueting és aquell document on s'identifiquen i detallen els principals elements del màrqueting, així com es defineixen els objectius i estratègies que l'organització portarà a terme al llarg d'un període determinat.

### **6.1. Imatge corporativa**

El nom escollit per a l'empresa és ESTUHOUSE, que es tracta de la combinació de dues paraules que defineixen a la perfecció la nostra activitat: Estudiant i *House* (paraula anglesa que es tradueix com a casa o habitatge).

La utilització d'aquest nom permet aconseguir diversos objectius. En primer lloc, permet identificar de forma clara i per a tots els usuaris l'activitat a la qual fa referència. Així

doncs, tot i comptar amb part del nom en anglès, és prou simple i coneguda globalment per a poder ser reconeguda per qualsevol persona.

Seguidament, permet als nostres usuaris establir una relació entre la nostra plataforma i el fet de trobar un habitatge que s'adeqüi a les seves necessitats i preferències.

Pel que fa al logotip, s'opta per utilitzar pocs elements i colors, amb una línia clarament moderna i neta.

Il·lustració 3: Logotip d'ESTUHOUSE



Font: elaboració pròpia

El logotip, que mostra un grup d'estudiants sota la teulada d'una casa, mostra de forma clara quina és l'activitat de l'empresa, i el públic al qual es dirigeix.

Finalment, s'utilitza el color blau per a destacar l'estudiant. En aquest sentit, es considera que els colors blaus s'associen amb la seguretat, confiança i tranquil·litat (Van Braam H., 2024).

## 6.2. Públic objectiu

El públic objectiu fa referència a aquell grup de consumidors als quals l'empresa vol dirigir-se i oferir els seus productes i serveis. En el cas de ESTUHOUSE, podem establir que existeixen dos grups principals als quals dirigim el nostre servei i, per tant, sobre els que se centraran els esforços de màrqueting.

En primer lloc, trobem aquelles persones que disposen d'un habitatge mitjançant el qual voldrien obtenir uns rendiments addicionals, especialment si ja realitzen o han realitzat lloguers a estudiants.

Tenint en compte les característiques respecte a l'habitatge a Espanya definides anteriorment, podem establir que es tracta de persones adultes (més de 40 anys) i amb un poder adquisitiu mitjà o alt.

Per altra banda, el segon grup que forma part del nostre públic objectiu són aquelles persones que cursen o volen cursar els seus estudis (principalment universitaris) fora de la població on resideixen habitualment.

Existeix un tercer grup al qual ESTUHOUSE es dirigeix de forma indirecta, però que també desenvolupa un paper important: els progenitors dels estudiants. En aquest sentit, en molts casos estan involucrats en el procés de decisió i, fins i tot, són els que efectuen el pagament del lloguer.

Al llarg dels primers anys de desenvolupar el projecte, també serà important mantenir present l'àmbit d'actuació definit prèviament. A mesura que s'incrementin el nombre d'usuaris, però, aquest passarà a ser un element secundari.

### **6.3. Posicionament**

Com hem vist anteriorment, existeixen diverses plataformes dedicades a posar en contacte a oferents i sol·licitats de lloguer, així com diverses plataformes de lloguer estudiantil. Si més no, ESTUHOUSE busca presentar-se com una alternativa diferenciada mitjançant la qualitat del servei i el seu preu.

A diferència de la majoria d'altres plataformes, ESTUHOUSE es centra únicament en un mercat i un públic concret com és el lloguer estudiantil. Mitjançant aquesta decisió, permet adaptar el nostre servei a les necessitats particulars que tenen aquest grup d'usuaris.

Pel que respecta a altres plataformes que també ofereixen habitatge estudiantil, en el nostre cas oferim el servei de forma moderna, senzilla i adaptada a les necessitats i característiques dels usuaris. Darrerament, també prestem una especial atenció a la confiança i transparència amb els usuaris.

### **6.5. Màrqueting mix**

El concepte del màrqueting mix explica, mitjançant un conjunt de variables clau, quines són les estratègies de màrqueting que segueix o pretén seguir una organització. Tot i que existeixen diverses opinions respecte a les variables a utilitzar, les més comunes són les 4Ps: el Producte, el Preu, la Distribució (*Place* en anglès), i la Promoció.

#### **6.5.1. Producte**

El servei que ofereix ESTUHOUSE és el d'una plataforma per a posar en contacte a oferents i sol·licitants de lloguers estudiantils. L'explicació del funcionament del servei que s'ofereix es troba detallada al pla d'operacions, si més no, consisteix a crear una plataforma en la qual poder publicar i visualitzar anuncis de lloguers estudiantils, de

forma clara, ordenada i parametrizada (permetent el filtratge dels resultats segons les característiques de l'habitatge).

Així doncs, es busca simplificar el procés de cerca d'un habitatge per aquelles persones que marxen fora de l'habitatge familiar per a poder cursar els seus estudis, especialment els universitaris.

A banda de les dificultats que comporta realitzar el canvi d'etapa als estudis superiors, s'ha de sumar el fet de viure en una nova ciutat i un nou entorn. A més, per a molts d'aquests estudiants suposarà el primer moment de viure fora de casa. En aquest sentit, ESTUHOUSE aspira a poder simplificar aquest procés, reduint així l'angoixa i estrès sobre els estudiants i les seves famílies.

La nostra plataforma es diferencia d'altres alternatives en diversos àmbits. ESTUHOUSE se centra únicament en el lloguer estudiantil, aquest fet ens permet adaptar el nostre servei a les característiques d'aquest segment de mercat, així com a les necessitats dels membres que la integren.

A més, seguint la definició de l'àmbit d'actuació per als primers anys d'operacions definits anteriorment, permet proporcionar aquest servei a aquells nuclis de població on si bé compten amb centres universitaris, les altres plataformes existents actualment no tenen presència o, com a mínim, aquesta no és destacada.

Com a element afegit, també s'incorpora a la plataforma un espai reservat per a la publicació d'articles i notícies relacionades amb l'habitatge, especialment aquelles que afecten el públic estudiant, o que puguin ser d'interès dels nostres usuaris. També s'efectuarà en tipus *newsletter*, que tindrà dues publicacions per mes, i que podrà incloure contingut exclusiu.

### **6.5.2. Preu**

És important fixar correctament el preu perquè d'aquest dependrà la viabilitat del projecte empresarial, així com el nombre de clients potencials que finalment decideixen adquirir el nostre producte o servei.

Pel que respecta a ESTUHOUSE, paga la persona que ofereix l'habitatge, ja que és aquella que ha de publicar l'anunci a la nostra plataforma i qui obtindrà un rendiment directe. En aquesta mateixa direcció, no té sentit repercutir el preu sobre aquells que busquen habitatge, perquè suposaria una barrera d'entrada a la plataforma que no estarien disposats a pagar.

Adicionalment, no existeix un únic preu a l'hora de publicar els anuncis. Així doncs, si bé existeix un preu estàndard per cada anunci publicat, els usuaris poden efectuar compres addicionals que habiliten diverses funcionalitats (com ara promocionar el seu anunci o limitar-ho a determinats usuaris).

Mitjançant aquesta política s'aconsegueix oferir el servei a un preu baix, al mateix temps que es permet als usuaris personalitzar i adaptar l'anunci publicat a les seves característiques i necessitats als que així ho decideixin.

### **6.5.3. Distribució**

La distribució fa referència a la forma en la qual es fa arribar el producte o servei als nostres clients. En tractar-se d'un servei que s'ofereix de forma digital i mitjançant internet, no requereix un element físic. Amb tot i això, existeixen aspectes a tenir presents.

En primer lloc, és important tenir present és l'àmbit d'actuació definit anteriorment, ja que d'aquesta forma s'optimitzaran els recursos dels quals disposem, i permetrà captar un major nombre d'usuaris efectius. Avui en dia aquesta segregació es pot realitzar a l'hora de promocionar la pàgina web o el contingut de xarxes socials.

Pel que respecta a la nostra plataforma, tant la versió web com la versió en APP, s'oferiran de forma directa als usuaris, sense la utilització d'intermediaris ni terceres parts. Mitjançant aquesta decisió s'espera mantenir el control efectiu sobre aquesta, de forma que es garanteixi la qualitat del servei i l'atenció a l'usuari.

Així doncs, és important també que la nostra aplicació es trobi en les principals botigues i plataformes de descàrrega d'aplicacions: *APP Store* en el cas dels dispositius *iOS*, i *Google Play* en dispositius *Android*.

Aquest darrer punt serà essencial per a garantir l'arribada al major nombre d'usuaris possibles, així com que aquests vegin la nostra aplicació com a segura i fiable per a instal·lar als seus dispositius.

Pel que respecta a la publicació de continguts i articles que siguin d'interès per als nostres usuaris, aquests tindran un espai específic dins la pàgina web de la plataforma, i posteriorment també a l'APP. Si els continguts ho permeten, també s'utilitzaran les xarxes socials per fer-los arribar als clients.

Finalment, els usuaris de la plataforma podran aportar el seu correu electrònic per tal que aquests continguts siguin enviats per aquest mitjà, proporcionant així una major comoditat a l'usuari.

#### 6.5.4. Promoció

La promoció defineix la forma en la qual es vol comunicar i donar a conèixer el nostre servei al públic objectiu. En aquest àmbit s'utilitzaran diversos canals per arribar de forma directa als usuaris potencials.

La primera mesura a aplicar serà la promoció de la nostra pàgina web mitjançant anuncis de *Google Ads*, amb aquesta decisió es buscarà millorar el posicionament de la plataforma en què apareix al cercador, així com donar-la a conèixer i incrementar el nombre de visitants.

Similarment, en xarxes socials també s'utilitzarà la possibilitat que incorporen les principals xarxes (com ara *Instagram*, *Facebook* i *TikTok*) per a publicar anuncis. Aquests funcionen de forma tipus d'anuncis són mostrats per la plataforma a diversos grups d'usuaris mentre aquests la utilitzen.

Un altre aspecte a destacar de les xarxes socials, són les activitats de promoció que s'efectuaran amb els perfils propis de la plataforma (que en un començament seran *Instagram*, *Facebook* i *TikTok*). En aquest cas, s'utilitzaran els perfils per a la publicació de continguts relacionats amb la plataforma, així com actuar com a canal de comunicació directe amb els nostres usuaris.

Seguint amb els perfils en xarxes socials, i com a forma d'incrementar el volum d'interaccions i el coneixement de la plataforma, s'efectuaran de forma esporàdica sortejos i concursos promocionals entre els seguidors.

Adicionalment, per tal de mantenir un ritme de publicacions habituals, també es realitzaran publicacions de notícies o altres aspectes que puguin ser d'interès als nostres usuaris. Així doncs, es tracta d'efectuar publicacions que permetin captar un major nombre de lectors per als articles que es publiquen a la plataforma.

Per tal de maximitzar l'eficàcia de les estratègies de promoció, aquestes hauran d'estar adaptades al canal en el qual es realitzen així com el tipus d'usuari que es pot trobar: mentre *Instagram* és més utilitzada per un públic jove (com ara aquells estudiants que busquen pis per llogar), *Facebook* s'identifica amb un públic més adult (aquells que disposen d'un habitatge per a llogar).

Finalment, són diverses les universitats que compten amb un apartat a la seva pàgina web on presenten informació respecte a l'habitatge per als membres de la comunitat universitària. Aquest aspecte és diferent segons el centre, així doncs algunes universitats inclouen la seva pròpia plataforma de lloguers, mentre que altres proporcionen informació i enllaç a les diferents alternatives que existeixen a la ciutat.

Tenint presents els factors, aquesta es tracta d'una atractiva forma de promoció per apropar-nos directament al públic objectiu de cada universitat concreta.

## **7. PLA D'OPERACIONS**

El pla d'operacions fa referència als aspectes més tècnics i d'organització de l'activitat de l'empresa. Per tant, es tracta de definir els processos que componen l'objectiu que persegueix l'empresa, així com establir els elements necessaris per a poder iniciar el projecte.

### **7.1. Descripció tècnica**

ESTUHOUSE és un negoci que desenvolupa pràcticament la totalitat de la seva activitat mitjançant internet. Des d'un inici l'activitat es concentra en la seva pàgina web, però a mesura que es realitza el projecte s'espera introduir una versió en aplicació (APP) per a dispositius intel·ligents (concretament aquells que utilitzin sistemes operatius *Android* i *iOS*).

Tant la pàgina web, així com la seva adaptació en APP, són el lloc on es desenvolupa la nostra activitat, a més de ser la part visible del negoci de cara al mercat i als nostres usuaris. És per aquestes raons que ambdues han de presentar una elevada funcionalitat, així com ser clares, fàcils de navegar i actualitzades.

Seguint aquesta línia, i tenint present que ESTUHOUSE compta amb dos tipus d'usuaris diferents (aquells que busquen un habitatge, i els que volen publicar el seu per a lloguer), és important poder agrupar totes les funcionalitats sota un mateix espai, tot i estar dirigides a públics diferents.

En termes generals, els apartats que han de formar part de la nostra web i de l'APP són els següents:

- Pàgina d'inici: actua com a portada i pàgina de benvinguda. Permet accedir als altres espais així com visualitzar una mostra dels anuncis publicats.
- Buscador d'habitatges: permet visualitzar els anuncis que han estat prèviament aprovats, indicant-ne informació al respecte (ubicació, característiques de l'habitatge, tipus de lloguer, serveis dels quals disposa, preu, etc.).

Aquesta visualització es pot realitzar en diversos formats, segons convingui a l'usuari (l·listat, mosaic i sobre un mapa), a l'hora que es poden aplicar filtres per buscar solament aquells que compleixen unes característiques determinades.

- Publica el teu anunci: permet la creació d'un anunci per a la seva posterior publicació. Per fer-ho s'ha d'omplir un formulari que s'ofereix dins la mateixa pàgina, on es demana informació de la persona i l'habitatge.
- Suport: en aquest apart es donen resposta a les preguntes més habituals que poden sorgir als nostres usuaris respecte a ESTUHOUSE. A més, s'ofereix la possibilitat de fer-nos arribar qualsevol dubte, queixa o suggeriment.
- Blog: es tracta de l'espai dins la plataforma en el que es publicaran tota mena de continguts que puguin ser d'utilitat per als nostres usuaris, dirigits cadascun d'aquests a un segment determinat (per exemple: consells de convivència per a estudiants, i recomanacions de seguretat per als propietaris).

Dins aquest apartat s'acumularan els diversos continguts publicats al llarg del temps, similar en format al d'una *newsletter* o butlletí informatiu, que farà fàcil i amena la seva lectura, mitjançant la combinació de text i elements visuals.

- Qui som: es tracta de l'apartat més corporatiu, on s'inclou informació respecte ESTUHOUSE com a empresa i projecte, així com explicar el negoci, els valors i els promotors.
- Avís Legal: és de tipus obligatori, i conté informació identificativa i legal de l'empresa i la pàgina web
- Política de privacitat: a causa de la recollida de dades personals, també és de tipus obligatori. Presenta a l'usuari informació respecte a la recollida de dades i la seva finalitat, així com informar dels seus drets i la persona responsable del tractament.
- Política de *cookies*: és obligatòria si s'utilitzen *cookies*. En aquesta s'informa del tipus de *cookies* que s'utilitzen, així com informació respecte al tractament que se'n realitza i els drets de l'usuari.

- Àrea privada: permet l'accés a l'àrea privada dels usuaris registrats, de forma que aquests puguin accedir al contingut restringit i les seves dades.

Pel que fa a les funcionalitats que s'espera introduir a la plataforma, podem destacar:

- Sistema de publicació i visualització d'anuncis
- Col·locació d'anuncis externs
- Gestió dels usuaris registrats i les seves dades
- Sistema de gestió de compres realitzades
- Canal de missatgeria per a usuaris registrats (de forma que es pugui contactar amb la persona que ha publicat l'anunci per sol·licitar més informació)

En un aspecte més tècnic, especialment tenint present la possibilitat d'efectuar pagaments dins la plataforma, serà important comptar amb tots els certificats i garanties de seguretat pertinents. A més, també s'hauran de protegir les dades personals que els nostres usuaris han compartit.

En aquest sentit, els elements de seguretat que han d'estar presents són, principalment, els següents:

- Utilitzar un bon proveïdor d'allotjament web, que presti atenció a la seguretat, així com a donar resposta a incidències als seus clients mitjançant un servei tècnic.
- Obtenir un certificat SSL (*Secure Sockets Layer*), que certifica la identitat del lloc web i habilita una connexió xifrada. D'aquesta forma es garanteix que les dades es transmeten de forma segura.
- Comptar amb *Firewall* (tallafocs) de forma que pugui regular el trànsit que hi ha a la plataforma per tal d'eliminar connexions sospitoses.

Finalment, en aquest àmbit també s'ha de tenir present la normativa que és d'aplicació directa a causa de la nostra activitat digital.

- Reglament General de Protecció de Dades (Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell de 27 d'abril de 2016)
- Llei Orgànica de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals (Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre)
- Llei de Serveis de la Societat de la Informació i el Comerç Electrònic (Llei 24/2002, d'11 de juliol)
- Llei General per la Defensa dels Consumidors i Usuaris (Reial Decret Legislatiu 1 /2007, de 16 de novembre)
- Llei d'Ordenació del Comerç Minorista (Llei 7/1996, de 15 de gener)

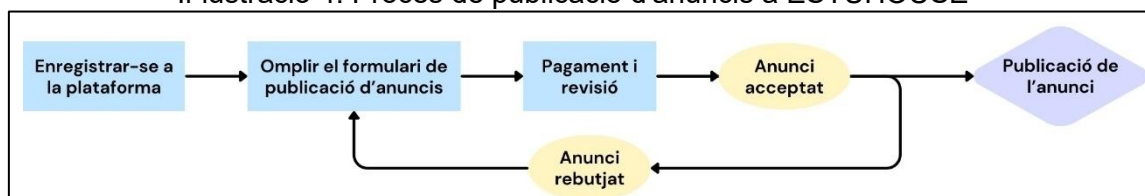
## 7.2. Procés de servei

Tenint presents els dos tipus d'usuaris diferents que formen part d'ESTUHOUSE, podem establir que existeixen dos processos paral·lels pel que fa al nostre servei, un per cadascun d'aquests grups d'usuaris. Així doncs, aquests grups compten amb objectius i característiques diferents, tot i que són imprescindibles l'un de l'altre.

### 7.2.1. Procés de publicació dels anuncis

Aquells usuaris que busquen oferir per a lloguer un habitatge comptaran amb un procés una mica més llarg. Això és degut al fet que aquests són els usuaris que han de presentar tota la informació necessària respecte a l'habitatge, així com poder verificar la seva propietat. Tot i això, el procés està dissenyat perquè no sigui tediós, sinó que ha de ser àgil, clar i senzill de seguir.

Il·lustració 4: Procés de publicació d'anuncis a ESTUHOUSE



Font: elaboració pròpia

#### 1. Enregistrar-se a la plataforma

El primer pas que hauran de realitzar aquests usuaris ha de ser enregistrar-se a la nostra plataforma, de no ser així no podran realitzar la publicació de cap anunci. Aquesta limitació es realitza per tal de mantenir un control sobre la veracitat dels anuncis publicats.

En aquest procés se sol·licitaran dades identificatives bàsiques, com ara el seu nom, una adreça de correu electrònic i, si això ho desitgen, un número de telèfon. Aquestes dades tenen la finalitat de poder contactar amb ells, ja sigui per part d'ESTUHOUSE com de les persones interessades en l'anunci publicat.

#### 2. Omplir el formulari de publicació d'anuncis

El primer pas per a publicar un anunci és omplir el formulari que posem a la seva disposició, i que té la finalitat principal d'organitzar totes les dades que formen part de l'anunci per tal d'aconseguir una hegemonia a la plataforma.

Les dades que es demanen al qüestionari són les següents:

- Títol de l'anunci
- Descripció

- Ubicació completa (incloent-hi el portal, la planta i la porta de l'habitatge)
- Preu
- Característiques de l'habitatge i l'edifici (nombre d'habitacions, lavabos, ascensor, etc.)

En aquest sentit, els usuaris simplement han d'anar omplint els diferents camps que presenta el qüestionari, mentre que ESTUHOUSE els ordena i crea una previsualització de forma automàtica.

Amb això, l'usuari pot efectuar modificacions a les dades introduïdes o acceptar la previsualització, i enviar l'anunci per a la seva revisió.

### 3. Pagament i revisió de l'anunci

Un cop l'usuari ha acceptat la previsualització del seu anunci descrita al pas anterior, haurà d'efectuar el pagament (en cas contrari l'anunci no s'enviarà per a la seva revisió i, per tant, no serà publicat).

És també en aquest moment en el qual els usuaris poden adquirir la resta d'opcions addicionals de les quals disposem (limitar l'anunci o la quantitat d'informació pública, promocionar el seu anunci dins la plataforma, etc.).

Després d'efectuar el pagament, l'anunci serà revisat per l'equip d'ESTUHOUSE. Aquestes comprovacions tenen per objectiu filtrar anuncis amb errors de format o incomplets, però no entra a valorar el seu contingut.

### 4. Publicació

Si la revisió és favorable, es procedeix a la seva publicació perquè sigui vista per la resta d'usuaris, al mateix cop que s'informa el propietari.

L'anunci publicat es manté fins que el propietari decideix retirar-ho, així com si es detecten incidències amb el mateix. Si l'usuari decideix retirar l'anunci en els 30 dies posteriors a la seva publicació haurà de pagar una penalització.

## **7.2.2. Procés de visualització dels anuncis**

Pel que fa als usuaris que busquen un habitatge que llogar, el procés és més simple i obert. Així doncs, la visualització dels anuncis publicats a ESTUHOUSE es pot realitzar de forma lliure, sense la necessitat de cap pagament ni enregistrament.

És important recordar les funcionalitats addicionals que es poden adquirir en publicar un anunci (més detallades anteriorment, són en essència restriccions de visualització). Tenint present això, aquests anuncis solament podran ser visualitzats per aquelles persones que s'hagin enregirat amb anterioritat.

Aquest procés de donar-se d'alta a la plataforma, que es realitza mitjançant la web, és igual per ambdós tipus d'usuaris: demanant el nom, el correu electrònic i, si així ho considera l'usuari, un telèfon de contacte.

En definitiva, els anuncis es poden visualitzar lliurement per qualsevol persona que visiti la nostra pàgina (i per extensió també l'APP), a excepció d'aquells que hagin estat explícitament restringits per part dels usuaris que els han publicat. Aquests darrers seran únicament visibles després d'iniciar sessió.

### 7.3. Monetització

Des d'un primer moment, la plataforma (incloent-hi pàgina web i APP) compta amb diverses vies de monetització, que s'espera que incrementin a mesura que el projecte guanya usuaris.

La primera de les vies de monetització, i que s'aplicarà des d'un inici del projecte, és la dels pagaments que efectuen els usuaris per a poder publicar els seus anuncis, així com gaudir dels avantatges descrits als subapartats anteriors. Les diverses opcions entre les quals els usuaris poden triar són les següents:

Taula 2: Taula de preus ESTUHOUSE

<b>Taxa publicació d'anunci</b>	<b>25 €</b>
És el que hauran de pagar tots els usuaris que vulguin publicar el seu anunci a la nostra plataforma	
<b>Promoció de la publicació (15 dies)</b>	<b>25 €</b>
Fa que l'anunci per al qual s'ha contractat l'opció aparegui entre els resultats millor posicionats en realitzar una cerca a la plataforma, té una duració de 15 dies	
<b>Promoció de la publicació a la portada (15 dies)</b>	<b>40 €</b>
Fa que l'anunci per al qual s'ha contractat l'opció aparegui a la portada inicial de la pàgina web per un període de 15 dies	
<b>Promoció de la publicació a xarxes socials</b>	<b>50 €</b>
Consisteix en la publicació al perfil a xarxes socials de ESTUHOUSE d'imatges o vídeos de l'habitatge anunciat en la plataforma	
<b>Limitar la informació visible</b>	<b>12 €</b>
Permet que la informació de contacte no aparegui per a usuaris no registrats a la plataforma	
<b>Taxa per eliminació de la publicació abans de 30 dies</b>	<b>30 €</b>
S'haurà d'abonar al moment d'eliminar un anunci ja publicat abans que transcorrin 30 dies de la seva publicació	

Font: elaboració pròpia

La segona forma d'obtenció d'ingressos serà mitjançant la introducció d'espais publicitaris a la plataforma, principalment mitjançant la utilització de *banners*. Aquests són una forma de publicitat digital que permeten combinar text, imatges i so. Avui en dia es poden trobar a la majoria de pàgines web. (Tomas D., 2019)

Estimar la quantitat d'ingressos que aquests anuncis generaran és força complicat, depenent aquests de la ubicació dels usuaris, el tipus de dispositiu que utilitzen, el contingut de la plataforma, la demanda i tipus d'anunciants, entre altres variables.

La tercera via de monetització també es troba relacionada amb la publicitat. Tal com s'ha comentat en apartats anteriors, un altre dels elements amb què compta ESTUHOUSE és la publicació periòdica d'articles i continguts similars dirigits als nostres usuaris.

En aquest sentit, a banda de la publicitat integrada a la pàgina web, es busca aconseguir que aquests articles i continguts estiguin patrocinats per altres empreses, de forma anàloga al que succeeix amb *newsletters* o mitjans de comunicació.

Finalment, un cop el projecte ha estat prou desenvolupat i compta amb una ampla quantitat d'usuaris, es buscarà aconseguir acords amb entitats i negocis locals per tal de promocionar-se a la nostra pàgina, així com oferir descomptes o avantatges als nostres usuaris.

Aquestes promocions es mostraran tenint present la zona geogràfica en la qual els usuaris busquen habitatge, a més de les preferències mostrades en fer la recerca de l'habitatge.

#### **7.4. Gestió de la qualitat**

La satisfacció de tots els nostres usuaris és un dels objectius prioritaris, així com ho és poder presentar un servei que compleix amb les seves expectatives i necessitats. Per tant, la qualitat es troba directament relacionada a l'experiència que aquests usuaris experimenten en utilitzar la nostra plataforma. En el cas particular de ESTUHOUSE, la qualitat del servei és causada per diferents elements que es complimenten entre si.

En primer lloc, destaca la facilitat d'utilitzar la plataforma, de presentació clara i senzilla, que mostra de forma ordenada les diverses opcions disponibles a l'usuari, així com permetre la seva personalització.

El segon element és l'agilitat i rapidesa dels processos que afecten els usuaris, com ara la publicació i visualització dels anuncis. Com s'ha detallat anteriorment, aquests resulten fàcils d'efectuar per a l'usuari, que permet un grau de flexibilitat per a poder-lo adaptar a les preferències de cadascun.

El darrer element és la comunicació oberta i directa entre l'organització i els seus usuaris, accessible mitjançant les xarxes socials corporatives així com per la pàgina web. En aquest cas, s'habilitarà un apartat on els usuaris podran realitzar les queixes o suggeriments que considerin oportuns. Aquestes seran tractades a mesura que es reben

per part de la direcció, i es portaran a terme les accions indicades per tal de resoldre la incidència, així com establir procediments nous perquè no es torni a repetir.

Com a mostra de transparència i per tal que l'usuari sigui conscient que el seu problema s'ha estudiat i ha obtingut una resposta, se li enviarà un correu electrònic on se li agrairà el fet d'haver informat del problema, així com explicar breument les accions que s'han seguit.

Finalment, també es contempla la realització de reunions al llarg de l'any entre tots els membres de l'empresa, que podran ser de dos tipus:

- Ordinari: un cop finalitzat el curs acadèmic i abans d'iniciar el següent. Serveixen per fer una valoració global, així com identificar problemàtiques i planificar les actuacions a seguir de cara a l'inici del proper curs acadèmic (moment en el qual s'espera que es centri la majoria del negoci).
- Extraordinari: tindran lloc si s'identifiquen situacions que requereixin una actuació ràpida i coordinada de tots els membres

## **7.5. Localització**

Tot i tractar-se d'un projecte amb un component digital significatiu, es considera important disposar d'un espai on tots els membres de l'organització puguin desenvolupar les seves tasques.

Així doncs, mitjançant aquesta decisió s'espera aconseguir una bona coordinació entre tots els membres de l'organització, a més de treballar de forma conjunta, ordenada i eficaç entre els diferents departaments, elements especialment importats a l'hora del desenvolupament inicial de la plataforma.

Adicionalment, el fet de comptar amb una ubicació física ajuda a fer que els nostres usuaris, i el conjunt del mercat, pugui identificar-nos de forma clara, així com dotar al projecte d'una certa imatge de garantia. Es considera especialment important reforçar aquests aspectes perquè d'altra forma es tractaria d'una organització plenament digital, sense cap element tangible amb el qual presentar-se al mercat.

L'opció escollida per ubicar l'empresa és una oficina situada al centre de Tarragona, a la zona del Nou Eixample Sud. Es tracta d'un espai d'uns 90 m<sup>2</sup>, amb un lloguer mensual de 450€ i que es troba anunciada al portal Fotocasa. (Fotocasa, s.d.)

Aquesta oficina es troba preparada per l'activitat, comptant amb tots els equipaments i subministraments necessaris, incloent-hi 3 estances amb zona de recepció i lavabo.

Són diversos els elements que han fet decidir-se per aquesta alternativa. En primer lloc, destaca la ubicació de l'espai, que tot i no ser un element clau tenint present la nostra activitat, facilita el desplaçament dels treballadors i ens ubica més propers a altres professionals externs.

També ha estat important el fet que l'espai ja compti amb el mobiliari i equipament bàsic per a poder iniciar la nostra activitat. En aquest sentit, tot i que es troba en bon estat, es contempla la possibilitat d'haver de realitzar un desemborsament en els primers anys per tal d'adquirir nous elements que siguin necessaris.

Per altra banda, la distribució de l'oficina permet el treball en equip i la bona coordinació, alhora que es permet la concentració i la no interrupció dels companys en moments que pugui ser necessari (reunions, diferents treballs per projectes, etc.).

També es va considerar l'opció d'efectuar un lloguer a un espai coworking, concretament a l'espai Redessa Viver (ubicat a la ciutat de Reus), però aquesta va quedar descartada pel cost mensual que comportava. Així doncs, resultaria en un preu més elevat, tot i resultar amb espai i prestacions inferiors.

Finalment, considerant els elements esmentats en un primer moment, així com tenint presents les característiques i preu de l'espai seleccionat (i especialment el seu preu comparat amb altres alternatives), es considera que aquesta es tracta d'una bona oportunitat per al negoci de disposar d'un espai físic, que proporcioni avantatges a l'hora de desenvolupar el projecte a un preu adequat.

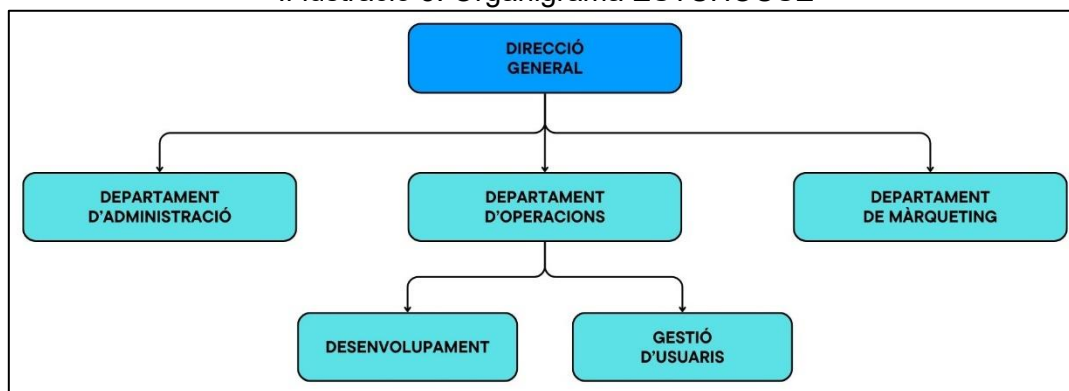
## **8. PLA DE RECURSOS HUMANS**

### **8.1. Organigrama i llocs de treball**

A l'hora de desenvolupar el projecte empresarial s'han de definir els diversos llocs de treball que es requereixen així com dissenyar l'organigrama que estableix la jerarquia dins l'organització.

Tenint present la reduïda dimensió de l'equip, així com perseguint una maximització dels recursos disponibles, l'organització per als primers anys és força simple encara que es deixa plantejada per a futurs exercicis.

Il·lustració 5: Organigrama ESTUHOUSE



Font: elaboració pròpia

El departament d'administració serà l'encarregat de portar a terme les tasques organitzatives i de gestió dels recursos de l'empresa. A més, també durà a terme tasques de comptabilitat i de compliment legal, en col·laboració amb els professionals externs que es puguin contractar.

El departament d'operacions inclou tot el personal directament relacionat amb el desenvolupament d'ESTUHOUSE i la seva gestió. Aquest estarà format per dos departaments, que treballaran diferents aspectes de la nostra plataforma però que s'han de mantenir estretament coordinats.

En primer lloc, el departament de desenvolupament serà el més tècnic, amb la finalitat de desenvolupar i treballar sobre la web i la posterior APP. Així doncs, d'aquest departament depèn el disseny i la funcionalitat de la nostra plataforma, a més de donar resposta tècnica a les incidències que hi puguin sorgir. Finalment, també haurà de mantenir la coordinació amb els proveïdors i altres professionals externs que l'empresa requereixi per la gestió de la web i l'APP.

Pel que fa al departament de gestió d'usuaris, serà el responsable de la recollida, tractament i gestió de les preguntes, queixes, suggeriments i incidències que puguin sorgir amb els usuaris de la nostra plataforma. Així doncs, actuarà com el punt de contacte directe entre els usuaris i l'empresa.

El departament de màrqueting haurà de dissenyar les estratègies de comunicació i captació d'usuaris que s'han de realitzar al llarg de l'any, fet pel qual requerirà la coordinació amb el departament de gestió d'usuaris. Per altra banda, també serà l'encarregat de la gestió dels diversos perfils en xarxes socials d'ESTUHOUSE, així com de la publicació de contingut a aquestes.

Finalment, la direcció general del negoci serà l'encarregada de definir les estratègies a seguir, així com els objectius que s'han d'assolir. Tenint present la reduïda dimensió de

l'empresa, també haurà de col·laborar en diverses tasques (principalment del departament d'administració) així com garantir una bona coordinació entre tots els departaments de l'organització.

## **8.2. Perfil professional**

El perfil professional que es buscarà a l'hora de contractar els diversos membres de l'equip són persones proactives i innovadores, amb la capacitat de treballar i coordinar-se amb la resta de l'equip.

La formació en cadascun dels diversos àmbits a cobrir serà imprescindible (sigui un grau universitari o una formació professional), així com serà important l'experiència que puguin tenir. En el cas d'aquells membres que treballin sobre la pàgina web també es valorarà projectes anteriors que hagin pogut desenvolupar.

## **8.3. Pla de contractació**

A l'hora d'iniciar l'activitat empresarial, es decideix per una política de contractació progressiva a mesura que es desenvolupa el projecte i s'incrementen les vendes i les necessitats de l'organització, arribant a un total de 3 persones contractades.

Així doncs, en el primer any s'espera comptar amb dos treballadors a temps complet; en primer lloc, una persona que realitzi les funcions relacionades amb el desenvolupament web i el suport informàtic; així com una persona que efectui les tasques de màrqueting.

De cara al tercer exercici es contempla la incorporació d'una darrera persona encarregada de la gestió d'usuaris així com del suport al desenvolupament de la plataforma.

A banda del personal de l'empresa també es contempla la possibilitat de contractar professionals externs, de forma que puguin donar suport a la nostra activitat. A més, a mesura que es desenvolupa el projecte i aquest creix, serà necessari reforçar els departaments amb més personal.

## **8.4. Reclutament i selecció**

Els primers anys, el reclutament es realitzarà utilitzant plataformes de recerca de treball, fet mitjançant el qual s'espera poder incrementar l'arribada de les nostres ofertes. Mitjançant la utilització d'aquestes eines es podran establir criteris i filtres de cerca, que ajudaran a l'hora de prioritzar els candidats.

La selecció es realitzarà tenint presents les característiques definides anteriorment, així com prestant una especial atenció a la polivalència dels candidats. Un cop escollits, es

procedirà a realitzar les entrevistes. Finalment, i considerant els aspectes anteriors, se seleccionarà a la persona que es consideri més adient a la posició a cobrir.

### **8.5. Formació i motivació**

Per a poder aconseguir l'èxit empresarial, mantenir cura dels membres de l'organització serà fonamental. En aquest sentit, es donarà llibertat als treballadors per a poder desenvolupar idees que es podrien introduir al nostre servei, així com incentivar la seva contribució en les decisions de l'empresa.

Aconseguir un bon clima laboral és un aspecte fonamental en qualsevol organització, fet pel qual es fomentarà la comunicació transparent i oberta, així com la col·laboració entre tot l'equip (incloent-hi també a la direcció).

Pel que fa a la formació dels treballadors, s'impulsarà que aquests millorin les seves habilitats, així com aconseguir ampliar els seus coneixements en els seus respectius àmbits. En aquest sentit, es proporcionarà una major flexibilitat a aquests treballadors, així com assumir el cost de la formació si es considerarà oportú.

### **8.6. Política salarial i costos**

Respecte a la política salarial a seguir, s'ha de tenir present el que estableix el vigent Conveni Col·lectiu estatal d'empreses de consultoria, tecnologies de la informació i estudis de mercat i de l'opinió pública.

Els treballadors tindran un total de catorze pagues, amb dues pagues extraordinàries els mesos de juliol i desembre. Pel que fa als costos de personal, no solament s'ha de tenir present la quantitat a pagar als treballadors, sinó també les cotitzacions que s'han d'efectuar a la Seguretat Social per part de l'empresa.

És important destacar que la direcció del negoci recau sobre el promotor de la idea, així com sobre la persona que és propietària de la totalitat del capital social. En mantenir el control efectiu de la societat, aquesta persona haurà de cotitzar al règim d'autònoms. (art. 305.1 del Reial Decret Legislatiu 8/2015, de 30 d'octubre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei General de la Seguretat Social).

Adicionalment, s'han de tenir presents les diverses cotitzacions a la seguretat socials a efectuar per diversos conceptes i que són a càrrec de l'empresa: contingències comunes, accidents de treball i malalties professionals, desocupació, formació professional, i el fons de garantia salarial. Aquests es reflecteixen a la taula 3.

Pel que respecta a les cotitzacions per accidents de treball i malalties professionals, aquestes s'estableixen a la disposició addicional quarta de la Llei 42/2006, de 28 de

desembre, de Pressupostos Generals de l'Estat per l'any 2007 (en endavant Llei 42/2006, de 28 de desembre).

Les cotitzacions per contingències comunes s'estableixen als articles 4.a) i b) de l'Ordre PJC/51/2024, de 29 de gener, per la qual es desenvolupen les normes legals de cotització a la Seguretat Social, desocupació, protecció per cessament d'activitat, Fons de Garantia Salarial i formació professional per a l'exercici 2024 (en endavant Ordre PJC/51/2024, de 29 de gener).

Pel que respecta a les cotitzacions per desocupació, Fons de Garantia Salarial, i formació professional, s'estableixen a l'article 31.2.a).1.º , 31.2.b) i 31.2.c), respectivament, de l'Ordre PJC/51/2024, de 29 de gener.

Taula 3: Detall de les cotitzacions a la Seguretat Social

<b>Detall cotitzacions SS</b>	<b>%</b>
Contingències comunes	24,18
Accidents de treball i Malalties professionals	1,5
Desocupació	5,5
Formació professional	0,6
FOGASA	0,2
<b>Total</b>	<b>31,98</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la Llei 42/2006, de 28 de desembre i Ordre PJC/51/2024, de 29 de gener

La taula 4 reflecteix la distribució de costos per als treballadors, així com de la persona encarregada de la direcció, per als pròxims 5 exercicis. En aquesta es té present el salari brut dels treballadors i el cost que tindrà per l'empresa (al voltant d'un 32%) i un augment salarial del 3% anual.

Taula 4: Costos salarials ESTUHOUSE

	ANY 1		ANY 2		ANY 3		ANY 4		ANY 5	
	Salari brut	Cost empresa	Salari brut	Cost empresa	Salari brut	Cost empresa	Salari brut	Cost empresa	Salari brut	Cost empresa
<b>Direcció</b>	21.600 €	28.512 €	22.248 €	29.367 €	22.915 €	30.248 €	23.603 €	31.156 €	24.311 €	32.091 €
<b>Màrqueting</b>	20.000 €	26.400 €	20.600 €	27.192 €	21.218 €	28.008 €	21.855 €	28.848 €	22.510 €	29.713 €
<b>Desenvolupament web</b>	20.000 €	26.400 €	20.600 €	27.192 €	21.218 €	28.008 €	21.855 €	28.848 €	22.510 €	29.713 €
<b>Gestió usuaris</b>					16.500 €	21.780 €	16.995 €	22.433 €	17.505 €	23.106 €

Font: elaboració pròpia a partir del XVIII Conveni Col·lectiu estatal d'empreses de consultoria, tecnologies de la informació i estudis de mercat i de l'opinió pública

## **9. PLA JURÍDIC I FISCAL**

### **9.1. Forma jurídica**

Pel que respecta a la forma jurídica seleccionada per a portar a terme el projecte, s'optarà per la constitució d'una Societat de Responsabilitat Limitada (SRL). Les principals motivacions per escollir aquesta forma jurídica tenen el seu origen en les seves peculiaritats i característiques.

En primer lloc, les SRL presenten una facilitat de constitució així com flexibilitat en la seva regulació. Per a la seva constitució es requereix un mínim de dues persones (físiques o jurídiques), tot i que també existeix la possibilitat de constituir-ne una amb un únic soci fundador. En aquest darrer cas tindrà la consideració de SRL unipersonal.

El seu capital social es divideix en participacions (com a mínim dos, ja que és el mínim de socis que es requereixen amb l'excepció de les unipersonals), i que no tenen una transmissió lliure.

Un altre aspecte important és el seu capital mínim que s'estableix a l'art. 4 del Reial Decret Legislatiu 1/2010, de 2 de juliol, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de Societats de Capital. Anteriorment aquest mínim era de 3.000 €, però es va reduir fins a l'actual d'1 €.

Tot i això, en aquells casos en què el capital sigui inferior a 3.000 € s'apliquen una sèrie de regles específiques que tenen com a objectiu la protecció dels creditors, com ara la responsabilitat solidària per la diferència entre el capital subscrit i els 3.000 €, així com l'obligació de dotar una reserva fins a assolir aquest.

Destacar també, com el seu propi nom indica, la limitació de la responsabilitat. Així doncs, els socis no responen personalment dels deutes socials. Això, sumat al baix capital mínim que es requereix, resulta l'element més atractiu d'aquests tipus de societats.

En el cas de ESTUHOUSE el capital social serà de 35.000 €, distribuït en 35.000 participacions d'un valor nominal d'1 € cada una. Aquest serà aportat completament per l'únic soci-fundador, i mitjançant aportacions dineràries.

### **9.2. Tràmits a realitzar: agenda de constitució**

Per tal de poder constituir la societat s'han de realitzar diversos tràmits administratius que involucren diferents administracions i organismes. Aquests es poden realitzar de forma presencial o telemàtica, aconseguint així una major agilitat i rapidesa. Els tràmits a seguir són els següents: (Francis Lefebvre, 2023)

En primer lloc, s'ha de sol·licitar al Registre Mercantil Central la certificació negativa de denominació. Aquest document ens indica que no existeix una altra empresa amb el mateix nom que volem constituir.

Seguidament, s'ha de fer la sol·licitud del NIF provisional a l'Agència Tributària. Per aquest procediment es requeriran altres documents, com ara el model 036 de declaració censal d'alta.

Posteriorment, i en tractar-se d'aportacions dineràries i responsabilitat limitada, s'ha d'obtenir el certificat de dipòsit del capital social. Aquest s'ha de sol·licitar a l'entitat bancària un cop realitzat l'ingrés al compte corrent de la societat.

A continuació s'ha de realitzar l'escriptura pública davant notari. Com a requisit, s'han de presentar documents i justificants obtinguts anteriorment, així com els estatuts de la societat (document on s'estableixen el conjunt de normes de la societat).

El cinquè pas és realitzar l'autoliquidació de l'Impost sobre transmissions patrimonials i actes jurídics documentats (ITP i AJD). A diferència dels anteriors tràmits, aquest es realitza davant l'Agència Tributària de Catalunya (o de la comunitat autònoma corresponent).

Realitzats correctament els tràmits anteriors, es pot realitzar la inscripció de la societat al Registre Mercantil corresponent segons el seu domicili social. També s'ha de fer la sol·licitud a l'Agència Tributària del NIF definitiu, així com l'alta en l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE).

### **9.3. Obligacions laborals**

Pel que respecta a la Seguretat Social, existeixen una altra sèrie de tràmits que seran necessaris realitzar en diversos moments, en el cas que es decideixi contractar treballadors. Aquests tràmits són: (Francis Lefebvre, 2023)

Prèviament a iniciar l'activitat, s'ha de realitzar la inscripció de l'empresa en la Seguretat Social, on s'obtindrà un codi de compte de cotització. En el moment de contractar un treballador, s'haurà de realitzar la seva afiliació o alta, segons correspongui.

També s'haurà de formalitzar la protecció respecte accidents de treball i malalties professionals. Aquest tràmit pot variar segons si s'opta per una entitat col·laboradora o gestora de la Seguretat Social.

Finalment, s'haurà de comunicar l'obertura d'un centre de treball a la Seguretat Social, així com la legalització del llibre de visites a la Inspecció de Treball.

#### **9.4. Obligacions fiscals**

A banda de les obligacions fiscals descrites prèviament, en trobem unes altres que afectaran l'activitat que volem desenvolupar.

Pel que respecta a l'Impost sobre el Valor Afegit (IVA) s'ha de presentar la seva autoliquidació (model 303) de forma trimestral. A més, en finalitzar l'exercici s'ha de presentar una declaració resum de l'any (model 390).

Un altre tribut que s'ha de tenir present és l'Impost de Societats (IS). En aquest cas s'ha de declarar de forma anual el mes de juliol mitjançant el model 200. Per altra banda, els pagaments a compte es declararan mitjançant el model 202 els mesos d'abril, octubre i desembre.

També serà important la realització del model 111, on es declaren les retencions trimestrals (com ara per rendiments del treball). Directament relacionat amb aquest, s'haurà de presentar el model 190, que és el resum anual de les retencions realitzades.

Finalment, per aquelles operacions que s'efectuïn amb tercers i que tinguin un import superior a 3.005,06 €, s'haurà de fer una declaració informativa mitjançant el model 347 de forma anual.

#### **10. PLA ECONÒMIC I FINANCER**

Un cop visualitzada la situació de l'entorn, així com definides les principals polítiques i decisions organitzatives de l'empresa, podem traslladar aquesta informació al pla econòmic i financer.

La finalitat d'aquest és traslladar la informació descrita als apartats anteriors i extreure'n les implicacions en termes econòmics que aquestes tenen. D'igual forma, es busca tractar els aspectes referents a les inversions necessàries així com el finançament del projecte.

Darrerament, l'objectiu principal és analitzar la viabilitat del projecte i mostrar els principals indicadors econòmics d'aquests. Per tal de poder efectuar aquesta anàlisi de forma clara i efectiva, la informació es presenta en diversos documents: balanços de situació, comptes de pèrdues i guanys, pressupostos de tresoreria, i estats de fluxos d'efectiu.

## 10.1. Pla d'inversions

A continuació es detallen les inversions i els diversos costos que haurem d'assumir des d'un primer moment per a poder iniciar i desenvolupar l'activitat de ESTUHOUSE. D'aquesta forma s'obté una bona aproximació de quins seran els recursos que requerirem per a poder iniciar el projecte.

Una despesa clau a la qual s'haurà de fer front en un primer moment és el desenvolupament de la pàgina web, així com dels seus elements accessoris. Establir el seu cost resulta complicat, ja que depèn altament de les funcionalitats i característiques de les quals efectivament disposi la plataforma.

En aquest sentit, i com a continuació del que s'ha establert anteriorment, els principals elements a destacar i que més poden afectar el preu final són; la interacció directa que tenen els usuaris amb la plataforma, l'emmagatzematge de la informació respecte dels usuaris registrats, així com les passarel·les de pagament habilitades.

Si més no, el desenvolupament d'una pàgina web, segons plataformes especialitzades com ara Hostinger, pot estimar-se en qüestió de setmanes en els casos més senzills fins a arribar a superar el mig any en aquells casos més complexos. (Vargas D., 2023)

Addicionalment, mitjançant la consulta a pla plataforma YeePLY (que permet buscar i posar en contacte a professionals del desenvolupament web i d'aplicacions), el cost d'aquests professionals oscil·la entre 15 i 90 € l'hora en els casos de perfils més experimentats. (YeePLY, s.d.)

Tenint present el tipus de plataforma a desenvolupar, així com la gran quantitat d'eines i aplicatius específics per al desenvolupament i gestió de plataformes de comerç electrònic (com ara WooCommerce), s'estima que el cost total de la pàgina web serà entorn dels 6.500 €<sup>1</sup>, comptant també amb la col·laboració de professionals externs.

Altres despeses associades a la pàgina web són: el *hosting*, que tindrà un cost de 16 € els sis primers mesos, incrementant-se després als 31 €, fet al qual s'ha de sumar el domini per un cost de 10 € a partir del segon any (IONOS, s.d.). També s'ha de tenir en compte la llicència de WordPress Business amb un cost de 363 € anuals (WordPress, s.d.).

El cost de desenvolupament de l'aplicació, així com les seves actualitzacions i manteniment, és més elevat que el de la pàgina web. A causa d'aquest major cost, en

---

<sup>1</sup> El detall per al cost estimat de la pàgina web es troba a l'annex 1

un inici no es tindran presents aquestes despeses perquè la creació de l'aplicació dependrà dels resultats obtinguts fins al moment.

Es farà la compra de dos ordinadors de 1.800 € per a les tasques de desenvolupament i manteniment web, així com de màrqueting. Per la resta de membres de l'organització es compraran ordinadors per un import individual de 1.300 €.

A més dels ordinadors, també s'adquirirà una impressora per un valor de 180 €, així com tres telèfons per un import total de 450 €. Seguint en aquest àmbit, el cost del material d'oficina que es pugui utilitzar s'estima en uns 25 € mensuals.

També s'hauran d'adquirir llicències i subscripcions per a diversos programes informàtics, principalment per la realització de tasques ofimàtiques, així com de gestió de la pàgina web i els seus serveis. El cost estimat pel conjunt d'aquestes llicències és de 700 € anuals.

Tot i que l'espai seleccionat per ubicar l'oficina, amb un lloguer de 450 € mensuals, ja compta amb els equipaments necessaris per a portar a terme la nostra activitat, es contempla haver de renovar alguns dels elements així com adquirir-ne de nous. Aquests costos en mobiliari i decoració s'estimen en 3.500 €.

Les despeses en subministraments (llum, aigua i internet), s'estimen en un total mensual de 240 € mensuals, que resulten en 2.880 € al llarg de l'exercici. Pel que respecta a les assegurances, com ara de responsabilitat civil o en cas d'accidents, s'estimen en 1.500 € anuals. Per l'externalització dels serveis de comptabilitat i gestoria s'estima un cost de 3.000 € anuals.

Les despeses en màrqueting per al primer exercici s'estimen en 5.800 € al llarg del primer exercici, incrementant-se al llarg dels exercicis en la mateixa proporció que les vendes.

Finalment, el cost dels diversos tràmits necessaris per a efectuar la constitució de la societat és d'uns 1.000 €. A més, també s'haurà de fer front a les despeses per a registrar la nostra marca, que suposaran uns 130 € addicionals (OEPM, s.d.).

Taula 5: Inversió requerida per iniciar el projecte

INVERSIÓ REQUERIDA	
Pàgina web	6.500 €
Programes informàtics	1.000 €
Ordinadors	6.200 €
Impressora	180 €
Telèfon oficina	450 €
Mobiliari d'oficina i decoració	3.500 €
Material d'oficina	300 €
Registre nom i marca	130 €
Despeses de constitució	1.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>19.260 €</b>

Font: elaboració pròpia

Pel que fa a les amortitzacions dels diversos elements d'immobilitzats, s'utilitza un mètode d'amortització lineal seguint l'establert a l'article 12.1.a) de la Llei de l'Impost de Societats. Aquest resulta en un total anual de 2.585 €, representant així 215 € mensuals<sup>2</sup>.

## 10.2. Pla de finançament

Per tal de poder finançar l'activitat de ESTUHOUSE, es recorrerà des d'un primer moment a dues formes de finançament, dividint-se aquestes en fons propis i fons aliens.

En primer lloc, i pel que respecta als fons propis, el soci fundador realitzarà una aportació inicial de 35.000 €, que seran desemborsats de forma completa en iniciar el projecte.

Respecte al finançament aliè, aquesta es contempla mitjançant la sol·licitud d'un préstec ICO d'un import de 20.000 €<sup>3</sup>. Aquests compta amb un termini de devolució de 6 anys, a un tipus d'interès del 7,319% anual, tipus màxim que planteja l'ICO per una operació d'aquestes condicions. (ICO, s.d.)

Taula 6: Característiques préstec ICO

Característiques préstec ICO		Estructura finançament ESTUHOUSE	
Capital inicial	20.000	Aportacions soci	35.000 64%
Tipus interès (anual)	7,319%	Préstec ICO	20.000 36%
Termini (anys)	6	Total	55.000 100%
Quota mensual	344,05		

Font: elaboració pròpia

<sup>2</sup> El detall de l'amortització dels elements d'immobilitzat es pot trobar a l'annex 2

<sup>3</sup> La taula d'amortització del préstec es pot trobar a l'annex 3

### 10.3. Previsió de vendes

Per a poder efectuar els diferents pressupostos i efectuar l'anàlisi, s'ha d'establir, en primer lloc, una estimació de les vendes al llarg dels diversos períodes.

Segons les dades proporcionades per l'IDESCAT, el curs 2021/2022 va comptar amb 230.000 estudiants matriculats a universitats catalanes, tant públiques com privades. (IDESCAT, 2024)

Amb la informació proporcionada a l'apartat d'anàlisi de l'entorn, hem pogut observar com un 30% dels estudiants matriculats a tot l'estat ho fa en una província diferent d'on té la residència habitual.

Mitjançant aquestes dades podem establir que a Catalunya el nombre d'estudiants que s'ha matriculat a una universitat diferent d'on té fixada la residència habitual és d'uns 69.000 estudiants.

Tenint present aquesta informació, es planteja un escenari en el qual s'aconsegueix penetrar en un 3% d'aquest mercat el primer any, amb un increment per als posteriors anys, dit escenari es mostra a la taula 7.

Taula 7: Previsió de vendes ESTUHOUSE

	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
<b>Previsió anuncis publicats</b>	2.000	2.500	3.000	3.450	3.795
<b>Taxa penetració mercat</b>	2,9%	3,6%	4,3%	5,0%	5,5%
Estimació d'estudiants que ho fan fora de la seva província a Catalunya	69.000				

Font: elaboració pròpia

Pel que respecta a les altres fonts d'ingressos plantejades, la taula 8 mostra el nombre d'articles per als quals s'espera obtenir patrocinis, així com el preu que cadascun d'aquest tindrà, que s'incrementen en la mateixa proporció que les vendes.

Taula 8: Evolució dels articles promocionats a ESTUHOUSE

	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
<b>Articles patrocinats</b>	1	4	7	10	13
<b>Preu per article</b>	140	175	210	242	266
<b>Ingressos rebuts</b>	140	700	1.470	2.415	3.453

Font: elaboració pròpia

## **10.4. Pressupostos**

Un cop realitzades les previsions de vendes i les estimacions de les despeses, es poden elaborar els comptes de pèrdues i guanys, els pressupostos de tresoreria i els balanços de situació per a cadascun dels períodes.

En l'elaboració dels diferents estats comptables, es preveu un increment dels costos d'un 3,5%, xifra del avanç de l'IPC del mes de juny publicat per l'INE. (INE, s.d.) Aquest increment no s'aplica a les despeses de personal ni de màrqueting, aplicant a aquestes les detallades prèviament.

### **10.4.1. Compte de resultats**

El compte de resultats és el document dels estats financers que indica el resultat obtingut per l'empresa en un exercici, presentant els diferents ingressos i despeses que han tingut lloc al llarg d'aquest.

Mitjançant la taula 9, que mostra la previsió del compte de pèrdues i guanys al llarg dels 5 exercicis estimats<sup>4</sup>, podem observar com s'obtenen pèrdues en el primer exercici, però a mesura que s'incrementen les vendes el benefici també ho fa, aconseguint resultats positius en el segon any.

A conseqüència de les pèrdues obtingudes en el primer exercici i de la seva compensació en els exercicis amb resultats positius, l'impost sobre societats no forma part fins al quart any. A més, tenint present que en tractar-se dels dos primers exercicis amb resultats positius, el tipus impositiu és del 15% (art. 29.1 Llei de l'Impost sobre Societats).

Destaca l'elevat import en despeses de personal, si més no, es considera que és millor mantenir la plantilla de treballadors existents, aconseguint una major eficàcia en el desenvolupament del projecte, així com mantenint un control directe sobre el mateix i la seva qualitat.

L'estacionalitat del servei comporta fluctuacions en els resultats mensuals al llarg dels cinc exercicis estimats. Així doncs, els mesos en què es concentra la major part de la xifra de vendes són aquells que coincideixen amb el període de finalització i inici del nou curs acadèmic.

---

<sup>4</sup> El detall mensual del compte de pèrdues i guanys dels cinc exercicis es troba a l'annex 4

La incorporació de patrocinis als articles i continguts publicats són una mesura que persegueix la consecució d'uns ingressos més estables, especialment en aquells períodes on l'activitat de la plataforma és més baixa.

Taula 9: Compte de resultats ESTUHOUSE

<i>xifres en €</i>	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
Total Anuncis publicats	2.000	2.500	3.000	3.450	3.795
Total Promocions 15 dies	600	750	900	1.035	1.139
Total Promocions Portada	400	500	600	690	759
Total Promocions Xarxes Socials	101	128	150	173	190
Total Limitació d'informació	501	626	750	863	950
Ingressos per anuncis (€)	92.062	115.137	138.031	158.728	174.592
Ingressos publicitat i patrocinis (€)	140	700	1.470	2.420	3.458
Arrendaments	5.682	5.974	6.183	6.400	6.624
Subministraments	2.880	2.981	3.085	3.193	3.305
Serveis de professionals	3.000	3.105	3.214	3.326	3.443
Primes d'assegurances	1.500	1.553	1.607	1.663	1.721
Publicitat	5.800	7.250	8.700	10.000	11.000
Altres despeses	2.300	1.466	1.517	1.570	1.625
Despeses de personal	81.312	83.751	108.044	111.285	114.624
Amortitzacions	2.585	2.585	2.585	2.585	2.585
<b>BAIT</b>	<b>-12.857</b>	<b>7.173</b>	<b>4.567</b>	<b>21.126</b>	<b>33.124</b>
Interessos	1.373	1.164	940	698	438
<b>BAT</b>	<b>-14.229</b>	<b>6.009</b>	<b>3.627</b>	<b>20.428</b>	<b>32.686</b>
Impost sobre societats		0	0	2.375	4.903
<b>Resultat net</b>	<b>-14.229</b>	<b>6.009</b>	<b>3.627</b>	<b>18.053</b>	<b>27.783</b>

Font: elaboració pròpia

#### 10.4.2. Pressupost de tresoreria

Un altre aspecte molt important a analitzar és el pressupost de tresoreria, ja que ens indicarà quin és el nivell d'efectiu amb el qual comptem després de realitzar els cobraments i pagaments derivats de la nostra activitat.

La taula 10 mostra les previsions de tresoreria al llarg dels cinc exercicis estimats<sup>5</sup>. En el primer any s'obté un resultat de tresoreria per l'exercici negatiu, indicant-nos que el nivell de cobraments ha estat inferior als pagaments. Amb tot i això, els nivells de tresoreria es mantenen positius en tot l'exercici com a resultat de la política de pagament a 30 dies implantada, mantenint els cobraments al moment a causa de la naturalesa del servei.

<sup>5</sup> El detall mensual del pressupost de tresoreria es troba a l'annex 5

De cara als anys posteriors aquesta situació es reverteix, essent els cobraments superiors als pagaments efectuats, obtenint uns resultats de tresoreria positius per a cadascun dels exercicis.

Finalment, també s'indiquen els saldos de tresoreria en iniciar i finalitzar cadascun dels exercicis. Aquests poden presentar valors relativament elevats al llarg dels exercicis, en aquest punt, però, s'ha de tenir present l'estacionalitat, que obliga a comptar amb recursos suficients per a fer front aquells períodes amb menor nivell d'ingressos.

Amb això present, com a resultat de les polítiques de finançament, cobrament i pagament emprades, no existeixen tensions de tresoreria en cap mes al llarg dels cinc exercicis estimats.

En el cas del primer exercici, el saldo inicial de tresoreria sorgeix de les aportacions realitzades i finançament extern, menys el pagament dels elements d'immobilitzat.

Taula 10: Pressupost de tresoreria ESUTHOUSE

xifres en €	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
Cobraments	92.202	115.837	139.501	161.148	178.050
Saldo inicial proveïdors i creditors	0	1.621	1.820	1.911	2.054
Pagaments Operatius	19.541	22.129	24.215	26.009	27.573
Saldo final proveïdors i creditors	1.621	1.820	1.911	2.054	2.197
Pagament despeses personal	81.312	83.751	108.044	111.285	114.624
Pagament impost societats	0	0	0	0	2.375
<b>CF Explotació</b>	<b>-8.651</b>	<b>9.957</b>	<b>7.243</b>	<b>23.853</b>	<b>33.477</b>
Préstec	4.129	4.129	4.129	4.129	4.129
<b>CF Net de l'exercici</b>	<b>-12.780</b>	<b>5.828</b>	<b>3.114</b>	<b>19.725</b>	<b>29.349</b>
Saldo inicial tresoreria	38.040	25.260	31.089	34.203	53.927
Saldo final tresoreria	25.260	31.089	34.203	53.927	83.276

Font: elaboració pròpia

### 10.4.3. Balanç de situació

Amb la informació obtinguda fins al moment s'elaboren els balanços de situació per a cadascun dels exercicis<sup>6</sup>, i que es troben resumits a la taula 11. La seva importància recau en el fet que mitjançant aquest estat comptable podem obtenir una imatge de la situació en la qual es troba l'empresa en un moment determinat del temps, que acostuma a ser el final de l'exercici.

<sup>6</sup> El detall del balanç de situació per als cinc exercicis es troba a l'annex 6

En finalitzar el primer exercici, el balanç presenta una xifra inferior que al començament de l'exercici, degut principalment als resultats negatius que s'obtenen en aquest. Així, en els següents anys el balanç creix a mesura que els resultats de la societat milloren, essent en el quart any quan el total se situa per sobre del moment inicial.

Pel que respecta a l'actiu no corrent, aquest es troba format pels diversos immobilitzats que compta la societat, i la seva reducció de valor correspon a les respectives amortitzacions. En el cas de l'actiu corrent, aquest es troba format per la tresoreria de la societat, que manté uns valors i tendència a l'alça com hem observat anteriorment.

L'estructura financera de la societat es troba formada en major part pel patrimoni net, que s'incrementa a mesura que transcorren els exercicis a causa de la retenció dels beneficis obtinguts.

Pel que respecta al passiu, s'observa l'amortització del préstec rebut, quedant pendent solament una petita part a curt termini en finalitzar el cinquè exercici. També es visualitza els efectes de la política de cobraments, que es mostren en els creditors a curt termini i el seu increment al llarg dels anys.

Taula 11: Balanç de situació d'ESTUHOUSE

xifres en €	INICIAL	ANY 1	ANY 2	ANY 3	ANY 4	ANY 5
<b>ACTIU NO CORRENT</b>	16.960	14.375	11.791	9.206	6.621	4.037
Immobilitzat Intangible	6.630	5.534	4.437	3.341	2.245	1.148
Propietat industrial	130	117	104	91	78	65
Aplicacions informàtiques	6.500	5.417	4.333	3.250	2.167	1.083
Immobilitzat Material	10.330	8.842	7.353	5.865	4.377	2.888
Mobiliari	3.500	3.150	2.800	2.450	2.100	1.750
Equips processos d'informació	6.830	5.692	4.553	3.415	2.277	1.138
<b>ACTIU CORRENT</b>	38.040	25.260	31.089	34.203	53.927	83.276
Tresoreria	38.040	25.260	31.089	34.203	53.927	83.276
<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>55.000</b>	<b>39.636</b>	<b>42.879</b>	<b>43.409</b>	<b>60.549</b>	<b>87.313</b>
<b>PATRIMONI NET</b>	35.000	20.771	26.780	30.407	48.460	76.243
Capital social	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000
Resultat d'exercicis anteriors			-14.229	-8.220	-4.593	13.460
Resultat de l'exercici		-14.229	6.009	3.627	18.053	27.783
<b>PASSIU NO CORRENT</b>	17.244	14.279	11.090	7.660	3.970	0
Deutes ll/t amb ent. crèdit	17.244	14.279	11.090	7.660	3.970	0
Creditors ll/t						
<b>PASSIU CORRENT</b>	2.756	4.586	5.009	5.342	8.119	11.070
Deutes c/t amb ent. crèdit	2.756	2.965	3.189	3.430	3.690	3.970
Creditors c/t		1.621	1.820	1.911	2.054	2.197
HP creditora per IS					2.375	4.903
<b>TOTAL P. NET I PASSIU</b>	<b>55.000</b>	<b>39.636</b>	<b>42.879</b>	<b>43.409</b>	<b>60.549</b>	<b>87.313</b>

Font: elaboració pròpia

## 10.5. Valoració del projecte

Tenint en compte les previsions realitzades i els resultats que s'obtenen a partir d'aquestes, s'efectua l'estudi de la valoració i viabilitat del projecte. Per fer-ho s'utilitzen diferents indicadors i ratis que permet obtenir una imatge clara de diversos aspectes referents a l'activitat empresarial i el seu desenvolupament.

### 10.5.1. Evolució de l'EBITDA

El primer indicador a analitzar és l'EBITDA, que representa el resultat abans d'interessos, impostos, deprecacions i amortitzacions. En aquest sentit, és una mostra del resultat que obté l'empresa en el desenvolupament estricte de la seva activitat.

La taula 12 mostra l'evolució de l'EBITDA al llarg dels 5 anys per als quals s'han fet estimacions. En aquesta s'aprecia l'EBITDA negatiu del primer exercici, indicant-nos així que la societat no és capaç de generar un benefici en el desenvolupament de la seva activitat, sense tenir presents pagaments financers o fiscals.

Aquest, però, no és un element preocupant perquè es tracta d'un projecte de nova creació i és normal obtenir valors negatius en els primers anys. En aquesta línia, el mateix indicador presenta valors positius en la resta dels exercicis com a resultat de l'increment de les vendes.

Taula 12: Evolució EBITDA

	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
EBITDA	-10.272	9.758	7.152	23.711	35.709

Font: elaboració pròpia

### 10.5.2. Anàlisi de l'endeutament, liquiditat i el fons de maniobra

Un altre aspecte a valor és el nivell d'endeutament que presenta la societat, així com la capacitat amb la qual compta per a fer front a les seves obligacions de pagaments futurs. Per fer-ho s'utilitzen les ràtios d'endeutament i liquiditat, així com el càlcul del fons de maniobra, elements mostrats a la taula 13.

Pel que respecta als nivells d'endeutament del projecte, aquests són molt elevats en el primer any. A mesura que s'incrementen i retenir els resultats obtinguts, així com que s'amortitza el deute extern sol·licitat, aquest indicador presenta valors molt reduïts, situant-se en un 0,15 el darrer exercici. Aquests nivells reduïts que tenen lloc en els darrers exercicis poden indicar que l'empresa no està fent ús de la capacitat que té per utilitzar el finançament extern.

De forma paral·lela, és important prestar atenció als nivells de liquiditat amb els que disposa l'empresa, proporcionant-nos informació respecte si aquesta disposa de recursos líquids suficients per fer front a les seves obligacions a curt termini.

Ja des d'un inici l'empresa compta amb uns nivells de liquiditat elevats, presentant aquests una tendència a l'alça al llarg dels cinc anys. Així doncs, en el primer exercici presenta una proporció de 5,5 euros d'actiu corrent per cada euro de passiu corrent, xifra que en el darrer exercici s'incrementa fins al 7,52.

Aquests valors elevats poden ser un indicatiu del fet que no s'estan utilitzant els recursos de forma eficient, comptant amb una gran quantitat d'aquests immobilitzats a la tresoreria. Si més no, és important tenir present l'alta estacionalitat del servei, fet que obliga a disposar de recursos suficients per a evitar tensions de liquiditat al llarg de l'any.

Això també es reflecteix en el fons de maniobra, que també presenta la mateixa tendència que la ràtio de liquiditat. En el seu cas també mostra la capacitat amb què compta l'empresa per fer front a les seves obligacions més immediates.

Taula 13: Càlcul ràtios ESTUHOUSE

RÀTIO	FÓRMULA	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
Endeutament	Passiu / Patrimoni net	0,91	0,60	0,43	0,25	0,15
Liquiditat	Actiu corrent / Passiu corrent	5,51	6,21	6,40	6,64	7,52
Fons de Maniobra	AC - PC	20.675	26.079	28.861	45.808	72.206

Font: elaboració pròpia

### 10.5.3. Rendibilitat econòmica i financera

El següent element a analitzar és la rendibilitat que genera el projecte, aquestes permeten relacionar el benefici que l'empresa genera en un període determinat, amb els recursos que s'han destinat per obtenir-los. En aquest cas s'utilitza la rendibilitat econòmica i la financera, mostrant la taula 14 les rendibilitats obtingudes en els cinc anys previstos.

La rendibilitat econòmica (ROA, Return on Assets) relaciona el resultat obtingut per l'empresa en la seva operativa habitual amb les inversions que aquesta ha realitzat. Així doncs, l'empresa parteix amb una rendibilitat negativa en el primer exercici, que s'incrementa fins a arribar a prop del 38% en el darrer any. En el seu cas, indica que l'empresa obté, per cada euro invertit, 0,38 € de benefici abans d'interessos i impostos.

Pel que fa a la rendibilitat financera (ROE, Return on Equity), aquesta mesura quina és la rendibilitat que obté l'empresa sobre els seus fons propis, relacionant el benefici

obtingut després d'impostos, amb els recursos que han aportat els accionistes, fet pel qual també es coneix com la rendibilitat dels accionistes.

Així doncs, en el primer exercici la rendibilitat financera resulta molt baixa, fet provocat per les pèrdues obtingudes i el seu conseqüent impacte sobre el patrimoni net. De cara a la resta dels exercicis la rendibilitat presenta valors superiors, arribant a què per cada euro invertit pels accionistes, l'empresa genera 0,36 € de benefici net.

Taula 14: Càlcul rendibilitats ESUTHOUSE

RÀTIO	FÓRMULA	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
Rend Eco (ROA)	BAIT / Actiu	-32,4%	16,7%	10,5%	34,8%	37,8%
Rend Fin (ROE)	Benefici net/ Fons propis	-68,51%	22,44%	11,93%	37,25%	36,44%

Font: elaboració pròpia

Analitzant més en detall les rendibilitats obtingudes, podem establir que el fet que siguin negatives en el primer exercici es tracta d'un element aïllat resultat de l'inici de l'activitat. Així, a mesura que es desenvolupa el projecte les rendibilitats s'incrementen de forma constant, a excepció del tercer exercici causat per la incorporació d'una nova persona a l'equip.

Adicionalment, la rendibilitat financera és superior a l'econòmica al llarg del període, deduïnt que l'efecte del palanquejament és positiu de cara als propietaris en termes estrictament financers, indicant també que s'està finançant amb deute extern i no amb els recursos de l'accionista, proporcionant així un benefici per aquest, a excepció del darrer exercici.

#### 10.5.4. Payback, VAN i TIR

Finalment, s'analitza la viabilitat del projecte mitjançant la utilització de criteris estàtics (com el Payback, o període de recuperació), així com altres mètodes dinàmics (com són el VAN i la TIR).

El Payback és una mesura que ens permet realitzar la valoració de projectes en funció del temps que es triga a recuperar la inversió realitzada. En el cas del nostre projecte, la inversió s'espera recuperar al sisè any mantenint la tendència del negoci, tal com s'indica a la taula 15.

Taula 15: Càlcul termini recuperació ESTUHOUSE

Inversió inicial	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
-55.000,00	-12.779,62	5.828,43	3.113,89	19.724,51	29.348,78
Recuperació	-67.779,62	-61.951,19	-58.837,30	-39.112,79	-9.764,01

Font: elaboració pròpia

Pel que respecta als mètodes dinàmics, aquests sí que tenen present el pas del temps, és a dir, que els fluxos obtinguts tenen un valor diferent segons el període en el qual s'obtenen. Per tant, en aquests mètodes la comparació s'efectua amb fluxos que han estat prèviament descomptats.

En VAN (Valor Actual net) és una mesura de valoració basada a relacionar el desemborsament inicialment realitzat amb el valor actual dels fluxos de caixa que s'esperen aconseguir. Com es mostra a la taula 16, segons aquest criteri i atenent al fet que el valor actual net dels fluxos de caixa són inferiors a la inversió realitzada, no es tractaria d'un projecte viable.

La mateixa taula mostra la TIR (Taxa Interna de Retorn), aquesta actua com a indicador de la rendibilitat del projecte i és aquella taxa que iguala el valor actual net del projecte a zero. D'igual forma que succeeix amb el criteri del VAN, segons la TIR obtinguda el projecte no és viable.

Taula 16: Càlcul VAN i TIR ESTUHOUSE

Inversió inicial	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5
-55.000,00	-12.779,62	5.828,43	3.113,89	19.724,51	29.348,78
	k = 7,319%		VAN = -23.842,51		
			TIR = -3,7%		

Font: elaboració pròpia

Com a mesura addicional es planteja un escenari per al següent any, en el qual els ingressos i despeses s'incrementen d'igual forma que en el cinquè exercici. En aquest escenari el VAN del projecte i la TIR resulten positius, tal com s'indica a la taula 17.

Taula 17: Previsió VAN i TIR ESTUHOUSE

Inversió inicial	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5	Any 6
-55.000,00	-12.779,62	5.828,43	3.113,89	19.724,51	29.348,78	39.074,49
	k = 7,319%		VAN = 1.733,54			
			TIR = 7,9%			

Font: elaboració pròpia

Així doncs, en aquest darrer escenari el VAN és positiu, indicant que la inversió és viable ja que el valor actual dels fluxos esperats és superior a la inversió efectuada. Pel que respecta a la TIR, aquest criteri també indica la viabilitat del projecte, presentant un retorn superior al cost del finançament.

## **11. CONCLUSIONS**

Un cop identificats, analitzats i estudiats els diferents afectes que afecten el desenvolupament del projecte de negoci des de diferents àmbits, s'extreuen les següents conclusions.

En primer lloc, tot i que l'entorn on es porta a terme l'activitat presenta alguns aspectes d'incertesa, especialment pel que fa a l'entorn polític i legislatiu, aquests no són de la suficient dimensió per a resultar un inconvenient en la realització de l'activitat.

Tenint present que ESTUHOUSE sorgeix com un negoci digital, destaca positivament l'elevat grau d'utilització per part de la població de les noves tecnologies, cobrint un ample rang d'edat i sectors en què es troba present. Això permet reduir els dubtes entorn l'acceptació que pot tenir al mercat una plataforma de les nostres característiques.

Es conclou que la problemàtica existent entorn l'habitatge i el seu accés, amb uns efectes més notables per a la població jove, pot arribar a modificar les demandes dels consumidors. Per altra banda, tot i que aquesta situació ha derivat en iniciatives per comptar amb una major regulació, aquestes no afecten directament la nostra activitat.

Tot i tractar-se d'un sector amb existència de competidors, aquests compten amb una presència geogràfica limitada a grans ciutats, considerant, per tant, que existeix una part d'aquest mercat que no està sent coberta i que és on s'han d'enfocar els esforços del projecte en els primers anys, fet que no implica renunciar a aquests grans nuclis urbans.

Aquest element es troba reforçat pel compromís existent en aconseguir una bona experiència d'usuari en la utilització de la nostra plataforma, així com la política de promoció adoptada, que permet aconseguir una major proximitat amb l'usuari i el sentiment de comunitat.

Amb la consideració dels diversos aspectes detallats al llarg del pla d'empresa es realitza la previsió dels cinc primers exercicis d'activitat de l'empresa. En aquest, observem l'obtenció de beneficis a partir del segon any, que s'incrementen a mesura que ho fan les vendes.

També s'analitza la situació de l'empresa pel que fa a la seva tresoreria, element força variant a causa de l'estacionalitat que presenta el negoci. La introducció d'altres vies d'ingressos basades en la publicació de contingut i la seva promoció va encaminada a reduir de forma gradual aquesta dependència, així com estar alineada amb les estratègies de màrqueting.

Els diversos indicadors i ràtios utilitzats reflecteixen aquesta situació, presentant nivells de tresoreria elevats en finalitzar els diversos exercicis. Així doncs, els mateixos indiquen la capacitat de l'empresa per a fer front a les seves obligacions, que en el cas del finançament extern és relativament reduït i amb una tendència a la baixa.

Finalment, es valora la viabilitat del projecte mitjançant les rendibilitats econòmiques i financeres presentades, així com amb la utilització de criteris estàtics i dinàmics que ajuden a la presa de decisions. En aquest cas, i en l'escenari i condicions previstes, la viabilitat s'accepta en un horitzó temporal a mitjà o llarg termini.

## BIBLIOGRAFIA

Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. Harvard business review, 35(5), 113-124

Aluni.net. (s.d.). Manual del propietario, Alta del piso. Recuperat 19 d'agost de 2024, de [https://www.aluni.net/es/manual-del-propietario/alta-piso?\\_gl=1\\*11r5nbc\\*\\_up\\*MQ..&gclid=EAlaIQobChMIhdGKjd3thwMVuT8GAB37wwt3E AAYASAAEgK7zvD\\_BwE](https://www.aluni.net/es/manual-del-propietario/alta-piso?_gl=1*11r5nbc*_up*MQ..&gclid=EAlaIQobChMIhdGKjd3thwMVuT8GAB37wwt3E AAYASAAEgK7zvD_BwE)

Banc Central Europeu. (s.d.). Key ECB interest rates. Recuperat 26 de juliol de 2024, de [https://www.ecb.europa.eu/stats/policy\\_and\\_exchange\\_rates/key\\_ecb\\_interest\\_rates/html/index.en.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/key_ecb_interest_rates/html/index.en.html)

Badi. (s.d.). ¿Cómo funciona Badi Gold?. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://badiapp.zendesk.com/hc/es/articles/1213356796444--C%C3%B3mo-funciona-Badi-Gold>

Canal Universitats. (s.d.). Sistema universitari de Catalunya. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://universitats.gencat.cat/ca/estudis-universitaris/sistema-universitari-catalunya/index.html>

Casas, N. (2024, abril 18). El Govern publicarà un decret llei sorpresa per restringir el lloguer temporal. ON Economia. Recuperat 26 de juliol de 2024, de [https://www.elnacional.cat/oneconomia/ca/economia/govern-publicara-decret-llei-sorpresa-restringir-lloguer-temporal-catalunya\\_1198733\\_102.html](https://www.elnacional.cat/oneconomia/ca/economia/govern-publicara-decret-llei-sorpresa-restringir-lloguer-temporal-catalunya_1198733_102.html)

Catalunya. Resolució TER/800/2024, de 13 de març, per la qual es modifica la Resolució TER/2940/2023, d'11 d'agost, per la qual es declaren zona de mercat residencial tensionat diversos municipis, d'acord amb la Llei estatal 12/2023, de 14 de maig, pel dret a l'habitatge. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, núm. 9122, de 14 de març de 2024. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=980806>

CJE – Consell de la Joventut d'Espanya. (2024, gener 16). La tasa de emancipación juvenil en España sube por encima del 16% por primera vez desde el año 2020. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.cje.org/las-personas-jovenes-reclaman-mas-ambicion-frente-a-la-crisis-climatica/>

CUVI. (s.d.). Condiciones generales del servicio. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://cuvi.es/condiciones-generales-del-servicio/>

Datosmacro. (s.d.). IPC Armonizado de España. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://datosmacro.expansion.com/ipca/espana?sector=IPCA+General&sc=IPCA-IG>

Datosmacro. (s.d.). IPC Armonizado de la Zona Euro. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://datosmacro.expansion.com/ipca/zona-euro?sector=IPCA+General&sc=IPCA-IG>

Datosmacro. (s.d.). PIB de España – Producto Interior Bruto. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>

Datosmacro. (s.d.). PIB de la Zona Euro. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://datosmacro.expansion.com/pib/zona-euro>

Espanya. Llei 27/2014, de 27 de novembre, de l'Impost sobre Societats. Boletín Oficial del Estado, núm. 288, de 28 de novembre de 2014. Recuperat 23 d'agost de 2024, de <https://www.boe.es/eli/es/l/2014/11/27/27/con>

Espanya. Llei 42/2006, de 28 de desembre, de Pressupostos Generals de l'Estat per l'any 2007. Boletín Oficial del Estado, núm. 311, de 29 de desembre de 2006. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.boe.es/eli/es/l/2006/12/28/42/con>

Espanya. Llei 56/2007, de 28 de desembre, de Mesures d'Impuls de la Societat de la Informació. Boletín Oficial del Estado, núm. 312, de 29 de desembre de 2007. Recuperat 26 d'agost de 2024, de <https://www.boe.es/eli/es/l/2007/12/28/56/con>

Espanya. Ordre PJC/51/2024, de 29 de gener, per la qual es desenvolupen les normes legals de cotització a la Seguretat Social, desocupació, protecció per cessament d'activitat, Fons de Garantia Salarial i formació professional per a l'exercici 2024. Boletín Oficial del Estado, núm. 26, de 30 de gener de 2024. Recuperat 26 de juliol, de <https://www.boe.es/eli/es/o/2024/01/29/pjc51/con>

Espanya. Reial decret legislatiu 1/2010, de 2 de juliol, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de societats de capital. Boletín Oficial del Estado, núm. 161, de 3 de juliol de 2010. Recuperat 26 juliol de 2024, de <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2010/07/02/1/con>

Espanya. Reial decret legislatiu 8/2015, de 30 d'octubre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei General de la Seguretat Social. Boletín Oficial del Estado, núm. 261, de 31 d'octubre de 2015. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2015/10/30/8/con>

Espanya. Resolución de 13 de julio de 2023, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el XVIII Convenio colectivo estatal de empresas de consultoría, tecnologías de la información y estudios de mercado y de la opinión pública. Boletín Oficial del Estado, núm. 177, de 26 de julio de 2023. Recuperat de [https://www.boe.es/eli/es/res/2023/07/13/\(5\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2023/07/13/(5))

Eurostat. (s.d.). Unemployment by sex and age – monthly data. [Base de dades]. Recuperat 26 de juliol de 2024, de [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/une\\_rt\\_m\\$defaultview/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=f0a2db37-9d72-4935-b527-ed4c8b817566](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/une_rt_m$defaultview/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=f0a2db37-9d72-4935-b527-ed4c8b817566)

Expansión. (2023, gener 22). España cierra 2022 con 2,39 afiliados por cada pensionista, máximo en 10 años. Expansión.com. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.expansion.com/economia/2023/01/22/63cd0959e5fdea09478b45b8.html>

Fotocasa. (s.d.). Oficina de alquilar en Nou Eixample Sud. Recuperat 26 d'agost de 2024, de <https://www.fotocasa.es/es/alquiler/oficina/tarragona-capital/ascensor/184122254/d?from=list>

Francis Lefebvre. (2023). Memento Práctico Sociedades Mercantiles 2024. Francis Lefebvre

FUNCAS. (2023, setembre). El acceso de los jóvenes a la vivienda. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.funcas.es/articulos/el-acceso-de-los-jovenes-a-la-vivienda/>

Habitatge Jove. (s.d.). Condiciones pisos. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.habitatgejove.com/webv2c/ca/condiciones-pisos.htm>

Habitatge Jove. (s.d.). Condiciones habitaciones. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.habitatgejove.com/webv2c/ca/condiciones-habitaciones.htm>

Horwath, R. (2005). Discovering Purpose: Developing Mission, Vision & Values. Recuperat 19 de juliol de 2024, de [https://www.strategyskills.com/Articles/Documents/Discovering\\_Purpose-STI.pdf](https://www.strategyskills.com/Articles/Documents/Discovering_Purpose-STI.pdf)

Idescat. (2024, agost 9). Ensenyament universitari. Alumnes matriculats. Per sexe i universitats. Recuperat 23 d'agost de 2024, de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=aec&n=15731>

Idescat. (2024, març 24). Producte Interior Brut. Oferta. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=basics&n=10438&t=201800&tema=macro&col=2>

INE. (2023, novembre 28). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, Año 2023. Recuperat 23 d'agost de 2024, de [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2023.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2023.pdf)

INE. (2024, febrer 1). Tasa de desempleo en España en el cuarto trimestre de 2022 y 2023, por comunidad autónoma. De Statista, Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://es.statista.com/estadisticas/941646/prevision-de-la-tasa-de-paro-por-comunidad-autonoma-espana/>

INE. (2024, febrer 9). Tasa de desempleo en España en 2023, por grupo de edad. De Statista. Recuperat 26 de juliol, de <https://es.statista.com/estadisticas/475148/tasa-de-paro-en-espana-por-grupo-de-edad/>

INE. (2024, juny). Indicador adelantado del Índice de Precios de Consumo (IPC). Indicador adelantado del Índice de Precios de Consumo Armonizado (IPCA). Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/adIPC0624.htm>

Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya. (s.d.). Mapa de comarques. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.icgc.cat/ca/Ambits-tematics/Recursos-didactics/Mapes-de-comarques>

Instituto de Crédito Oficial. (s.d.). ICO Empresas y Emprendedores. Recuperat 23 d'agost de 2024, de <https://www.ico.es/web/guest/ico-empresas-y-emprendedores>

IONOS. (s.d.). Hosting. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.ionos.es/alojamiento/alojamiento-web#collapsible>

Live4Life. (s.d.). Ayuda. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.live4life.es/preguntas-frecuentes/>

Live4Life. (s.d.). Propietarios. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.live4life.es/propietarios/>

Martín, A. (2024, març 28). España es el principal receptor de estudiantes del programa Erasmus. Cadena SER. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://cadenaser.com/nacional/2024/03/28/espana-es-el-principal-receptor-de-estudiantes-del-programa-erasmus-cadena-ser/>

McKeever, Mike. (2012). How to write a business plan, 11th edition. NOLO

Ministeri d'Universitats. (2022). Datos y cifras del Sistema Universitario Español, Publicación 2021-2022. Recuperat 26 de juliol de 2024, de [https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2022/11/Datos\\_y\\_Cifras\\_2021\\_22.pdf](https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2022/11/Datos_y_Cifras_2021_22.pdf)

Ministeri d'Universitats. (2023). Estadística de Estudiantes Universitarios, Curso 2022-2023. Recuperat 26 de juliol de 2024, de [https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2023/06/Principales-resultados\\_EEU\\_2022-23.pdf](https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2023/06/Principales-resultados_EEU_2022-23.pdf)

Muñoz, G.A., Blancafort, A. (2019, juliol). ¿Por qué los jóvenes no pueden acceder a una vivienda en propiedad?. Fundación "la Caixa". Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://elobservatoriosocial.fundacionlacaixa.org/es/-/por-que-los-jovenes-no-pueden-acceder-a-una-vivienda-en-propiedad>

Oficina Española de Patentes y Marcas. (s.d.). Tasas y precios públicos de la Oficina Española de Patentes y Marcas, O.A. Desde el 1 de enero de 2024. Recuperat 23 d'agost de 2024, de <https://www.oepm.es/es/herramientas/Pagos-tasas-y-precios-publicos/Tasas-y-precios-publicos/>

Porter, M.E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competidors. New York: The Free Press

Porter, M.E. (2008). THE FIVE COMPETITIVE FORCES THAT SHAPE STRATEGY. Harvard Business Review, 86, 78-93

Tilves, M. (2023, desembre 19). El sector tecnológico presenta las mejores previsiones para generación de empleo en España. Silicon. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.silicon.es/el-sector-tecnologico-presenta-las-mejores-previsiones-para-generacion-de-empleo-en-espana-2492227>

Tomas, D. (2019, novembre 11). ¿Qué es un banner?. Cyberclick. Recuperat 26 de juliol de 2024, de <https://www.cyberclick.es/que-es/banner>

Van Braam, H. (2024, febrer 15). Blue Color: Psychology, Meaning and Symbolism. Color Psychology. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.colorpsychology.org/blue/>

Vargas, D. (2023, desembre 20). ¿Cuánto se tarda en hacer una página web? Tiempo promedio y cronología del desarrollo. Hostinger. Recuperat 19 d'agost de 2024, de [https://www.hostinger.es/tutoriales/cuanto-se-tarda-en-hacer-una-pagina-web#%C2%BFcuanto\\_se\\_tarda\\_en\\_hacer\\_una\\_pagina\\_web](https://www.hostinger.es/tutoriales/cuanto-se-tarda-en-hacer-una-pagina-web#%C2%BFcuanto_se_tarda_en_hacer_una_pagina_web)

Vargas, R.L. (2023, abril 24). Más del 43% del sueldo para el alquiler, máximo histórico... y en Madrid, Cataluña y Baleares, casi el 60%. La Razón. Recuperat 26 de juliol de 2024, de [https://www.larazon.es/economia/mas-43-sueldo-alquiler-maximo-historico-madrid-cataluna-baleares-casi-60\\_202304246446c29a2e790c00019771be.html](https://www.larazon.es/economia/mas-43-sueldo-alquiler-maximo-historico-madrid-cataluna-baleares-casi-60_202304246446c29a2e790c00019771be.html)

Wordpress. (s.d.). Planes y precios. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://wordpress.com/es/pricing/>

Yeeply. (s.d.). Precio/Hora Programador: ¿Cuánto Cobra un Desarrollador de Software?. Yeeply. Recuperat 19 d'agost de 2024, de <https://www.yeeply.com/blog/partners/precio-hora-programador-cuanto-cobra-desarrollador-de-software/#:~:text=Precio%20hora%20programador%2Fa%20freelance,%E2%82%AC%2Fh%20y%2045%20%E2%82%AC%2Fh>

# **ANNEXOS**

# **PLA D'EMPRESA:**

# **ESTUHOUSE**

---

**Treball Final de Grau**

**Pla d'empresa i Anàlisi de l'emprenedoria**

**Jordi Hurtado Domínguez**

**Doble Grau en Administració i Direcció d'Empreses i  
Finances i Comptabilitat**



**UNIVERSITAT ROVIRA i VIRGILI**  
**Facultat d'Economia i Empresa**

**Reus, setembre 2024**

## **ÍNDEX D'ANNEXOS**

Annex 1. Detall del cost estimat de la pàgina web .....	3
Annex 2. Taula d'amortització dels elements d'immobilitzat .....	3
Annex 3. Taula d'amortització del préstec .....	4
Annex 4. Detall mensual del compte de pèrdues i guanys .....	5
Annex 5. Detall mensual del pressupost de tresoreria .....	8
Annex 6. Detall anual del balanç de situació .....	10

## **Índex de taules**

Taula 1: Estimació del cost de crear la pàgina web .....	3
Taula 2: Detall de les amortitzacions d'immobilitzat.....	3
Taula 3: Taula d'amortització del préstec ICO .....	4
Taula 4: Detall compte de pèrdues i guanys any 1 .....	5
Taula 5: Detall compte de pèrdues i guanys any 2 .....	5
Taula 6: Detall compte de pèrdues i guanys any 3 .....	6
Taula 7: Detall compte de pèrdues i guanys any 4 .....	6
Taula 8: Detall compte de pèrdues i guanys any 5 .....	7
Taula 9: Detall fluxos d'efectiu any 1 .....	8
Taula 10: Detall fluxos d'efectiu any 2 .....	8
Taula 11: Detall fluxos d'efectiu any 3 .....	9
Taula 12: Detall fluxos d'efectiu any 4 .....	9
Taula 13: Detall fluxos d'efectiu any 5 .....	9
Taula 14: Detall balanç de situació anys 1 - 5 .....	10

## Annex 1. Detall del cost estimat de la pàgina web

Taula 1: Estimació del cost de crear la pàgina web

Estimació hores de treball professionals externs	50
Estimació hores de treball treballadors	360
€/h professionals externs	50
€/h professionals interns	11
<b>Total cost en €</b>	<b>6.460</b>
<b>Total cost aproximat en €</b>	<b>6.500</b>

Font: elaboració pròpia

## Annex 2. Taula d'amortització dels elements d'immobilitzat

Taula 2: Detall de les amortitzacions d'immobilitzat

Element	Import	Vida útil	Amortització anual
Pàgina web	6.500	6	1.083,33
Ordinadors	6.200	6	1.033,33
Impressora	180	6	30,00
Telèfon	450	6	75,00
Mobiliari oficina	3.500	10	350,00
Propietat Industrial	130	10	13,00
	<b>Total anual</b>		<b>2.584,67</b>
	<b>Total mensual</b>		<b>215,39</b>

Font: elaboració pròpia

### Annex 3. Taula d'amortització del préstec

Taula 3: Taula d'amortització del préstec ICO

Num. Periode	Capital Pendent	Interessos	Devolució	Quota
1	20.000,00	121,98	222,07	344,05
2	19.777,93	120,63	223,42	344,05
3	19.554,51	119,27	224,79	344,05
4	19.329,72	117,90	226,16	344,05
5	19.103,57	116,52	227,54	344,05
6	18.876,03	115,13	228,92	344,05
7	18.647,11	113,73	230,32	344,05
8	18.416,79	112,33	231,72	344,05
9	18.185,06	110,91	233,14	344,05
10	17.951,92	109,49	234,56	344,05
11	17.717,36	108,06	235,99	344,05
12	17.481,37	106,62	237,43	344,05
13	17.243,94	105,17	238,88	344,05
14	17.005,06	103,72	240,34	344,05
15	16.764,73	102,25	241,80	344,05
16	16.522,93	100,78	243,28	344,05
17	16.279,65	99,29	244,76	344,05
18	16.034,89	97,80	246,25	344,05
19	15.788,64	96,30	247,75	344,05
20	15.540,88	94,79	249,27	344,05
21	15.291,62	93,27	250,79	344,05
22	15.040,83	91,74	252,32	344,05
23	14.788,52	90,20	253,85	344,05
24	14.534,66	88,65	255,40	344,05
25	14.279,26	87,09	256,96	344,05
26	14.022,30	85,52	258,53	344,05
27	13.763,77	83,95	260,10	344,05
28	13.503,67	82,36	261,69	344,05
29	13.241,98	80,77	263,29	344,05
30	12.978,69	79,16	264,89	344,05
31	12.713,80	77,54	266,51	344,05
32	12.447,29	75,92	268,13	344,05
33	12.179,16	74,28	269,77	344,05
34	11.909,39	72,64	271,41	344,05
35	11.637,97	70,98	273,07	344,05
36	11.364,90	69,32	274,74	344,05
37	11.090,17	67,64	276,41	344,05
38	10.813,75	65,95	278,10	344,05
39	10.535,66	64,26	279,79	344,05
40	10.255,86	62,55	281,50	344,05
41	9.974,36	60,84	283,22	344,05
42	9.691,15	59,11	284,94	344,05
43	9.406,20	57,37	286,68	344,05
44	9.119,52	55,62	288,43	344,05
45	8.831,09	53,86	290,19	344,05
46	8.540,90	52,09	291,96	344,05
47	8.248,94	50,31	293,74	344,05
48	7.955,20	48,52	295,53	344,05
49	7.659,67	46,72	297,33	344,05
50	7.362,34	44,90	299,15	344,05
51	7.063,19	43,08	300,97	344,05
52	6.762,22	41,24	302,81	344,05
53	6.459,41	39,40	304,65	344,05
54	6.154,75	37,54	306,51	344,05
55	5.848,24	35,67	308,38	344,05
56	5.539,86	33,79	310,26	344,05
57	5.229,59	31,90	312,16	344,05
58	4.917,44	29,99	314,06	344,05
59	4.603,38	28,08	315,98	344,05
60	4.287,40	26,15	317,90	344,05
61	3.969,50	24,21	319,84	344,05
62	3.649,66	22,26	321,79	344,05
63	3.327,87	20,30	323,75	344,05
64	3.004,11	18,32	325,73	344,05
65	2.678,38	16,34	327,72	344,05
66	2.350,67	14,34	329,71	344,05
67	2.020,95	12,33	331,73	344,05
68	1.689,23	10,30	333,75	344,05
69	1.355,48	8,27	335,78	344,05
70	1.019,69	6,22	337,83	344,05
71	681,86	4,16	339,89	344,05
72	341,97	2,09	341,97	344,05

Font: elaboració pròpia

## Annex 4. Detall mensual del compte de pèrdues i guanys

Taula 4: Detall compte de pèrdues i guanys any 1

ANY 1	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 1
Total Anuncis publicats	0,0	0,0	0,0	0,0	250,0	400,0	500,0	500,0	200,0	80,0	20,0	50,0	2.000,0
Total Promocions 15 dies	0,0	0,0	0,0	0,0	75,0	120,0	150,0	150,0	60,0	24,0	6,0	15,0	600,0
Total Promocions Portada	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	80,0	100,0	100,0	40,0	16,0	4,0	10,0	400,0
Total Promocions Xarxes Socials	0,0	0,0	0,0	0,0	13,0	20,0	25,0	25,0	10,0	4,0	1,0	3,0	101,0
Total Limitació d'informació	0,0	0,0	0,0	0,0	63,0	100,0	125,0	125,0	50,0	20,0	5,0	13,0	501,0
Ingressos per anuncis (€)	0,00	0,00	0,00	0,00	11.531,00	18.400,00	23.000,00	23.000,00	9.200,00	3.680,00	920,00	2.331,00	92.062,00
Ingressos publicitat i patrocinis (€)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	140,00	140,00
Arrendaments	466,00	466,00	466,00	466,00	466,00	466,00	481,00	481,00	481,00	481,00	481,00	481,00	5.682,00
Subministraments	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	2.880,00
Serveis de professionals	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Primes d'assegurances	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1.500,00
Publicitat	450,00	450,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	450,00	450,00	500,00	5.800,00
Altres despeses	2.025,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	2.300,00
Despeses de personal	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	11.616,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	11.616,00	81.312,00
Amortitzacions	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	2.584,67
<b>BAIT</b>	<b>-9.579,39</b>	<b>-7.579,39</b>	<b>-7.629,39</b>	<b>-7.629,39</b>	<b>3.901,61</b>	<b>10.770,61</b>	<b>9.547,61</b>	<b>15.355,61</b>	<b>1.555,61</b>	<b>-3.914,39</b>	<b>-6.674,39</b>	<b>-10.981,39</b>	<b>-12.856,67</b>
Interessos	121,98	120,63	119,27	117,90	116,52	115,13	113,73	112,33	110,91	109,49	108,06	106,62	1.372,56
<b>BAT</b>	<b>-9.701,37</b>	<b>-7.700,02</b>	<b>-7.748,66</b>	<b>-7.747,28</b>	<b>3.785,10</b>	<b>10.655,48</b>	<b>9.433,88</b>	<b>15.243,28</b>	<b>1.444,70</b>	<b>-4.023,88</b>	<b>-6.782,45</b>	<b>-11.088,01</b>	<b>-14.229,23</b>
Impost sobre societats													
<b>Resultat net</b>	<b>-9.701,37</b>	<b>-7.700,02</b>	<b>-7.748,66</b>	<b>-7.747,28</b>	<b>3.785,10</b>	<b>10.655,48</b>	<b>9.433,88</b>	<b>15.243,28</b>	<b>1.444,70</b>	<b>-4.023,88</b>	<b>-6.782,45</b>	<b>-11.088,01</b>	<b>-14.229,23</b>

Font: elaboració pròpia

Taula 5: Detall compte de pèrdues i guanys any 2

ANY 2	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 2
Total Anuncis publicats	70,0	30,0	20,0	50,0	280,0	470,0	570,0	570,0	250,0	90,0	30,0	70,0	2.500,0
Total Promocions 15 dies	21,0	9,0	6,0	15,0	84,0	141,0	171,0	171,0	75,0	27,0	9,0	21,0	750,0
Total Promocions Portada	14,0	6,0	4,0	10,0	56,0	94,0	114,0	114,0	50,0	18,0	6,0	14,0	500,0
Total Promocions Xarxes Socials	5,0	2,0	1,0	3,0	14,0	23,5	28,5	28,5	12,5	4,5	1,5	3,5	127,5
Total Limitació d'informació	18,0	8,0	5,0	12,5	70,0	117,5	142,5	142,5	62,5	22,5	7,5	17,5	626,0
Ingressos per anuncis (€)	3.301,00	1.411,00	920,00	2.325,00	12.880,00	21.620,00	26.220,00	26.220,00	11.500,00	4.140,00	1.380,00	3.220,00	115.137,00
Ingressos publicitat i patrocinis (€)	0,00	0,00	0,00	0,00	175,00	0,00	175,00	0,00	175,00	0,00	0,00	175,00	700,00
Arrendaments	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	497,84	5.974,02
Subministraments	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	248,40	2.980,80
Serveis de professionals	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	258,75	3.105,00
Primes d'assegurances	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	129,38	1.552,50
Publicitat	550,00	550,00	550,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	600,00	550,00	550,00	650,00	7.250,00
Altres despeses	1.070,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	35,88	1.465,50
Despeses de personal	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	11.964,48	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	11.964,48	83.751,36
Amortitzacions	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	2.584,67
<b>BAIT</b>	<b>-5.651,86</b>	<b>-6.506,86</b>	<b>-6.997,86</b>	<b>-5.692,86</b>	<b>5.037,14</b>	<b>13.602,14</b>	<b>12.394,90</b>	<b>18.202,14</b>	<b>3.707,14</b>	<b>-3.777,86</b>	<b>-6.537,86</b>	<b>-10.605,10</b>	<b>7.173,15</b>
Interessos	105,17	103,72	102,25	100,78	99,29	97,80	96,30	94,79	93,27	91,74	90,20	88,65	1.163,94
<b>BAT</b>	<b>-5.757,04</b>	<b>-6.610,58</b>	<b>-7.100,11</b>	<b>-5.793,64</b>	<b>4.937,84</b>	<b>13.504,34</b>	<b>12.298,60</b>	<b>18.107,35</b>	<b>3.613,87</b>	<b>-3.869,60</b>	<b>-6.628,06</b>	<b>-10.693,75</b>	<b>6.009,21</b>
Impost sobre societats													0,00
<b>Resultat net</b>	<b>-5.757,04</b>	<b>-6.610,58</b>	<b>-7.100,11</b>	<b>-5.793,64</b>	<b>4.937,84</b>	<b>13.504,34</b>	<b>12.298,60</b>	<b>18.107,35</b>	<b>3.613,87</b>	<b>-3.869,60</b>	<b>-6.628,06</b>	<b>-10.693,75</b>	<b>6.009,21</b>

Font: elaboració pròpia

Taula 6: Detall compte de pèrdues i guanys any 3

ANY 3	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 3
Total Anuncis publicats	84,0	36,0	24,0	60,0	336,0	564,0	684,0	684,0	300,0	108,0	36,0	84,0	3.000,0
Total Promocions 15 dies	25,2	11,0	7,2	18,0	100,8	169,2	205,2	205,2	90,0	32,4	10,8	25,2	900,2
Total Promocions Portada	17,0	7,2	5,0	12,0	67,2	112,8	136,8	136,8	60,0	21,6	7,2	16,8	600,4
Total Promocions Xarxes Socials	4,2	2,0	1,2	3,0	16,8	28,2	34,2	34,2	15,0	5,4	1,8	4,2	150,2
Total Limitació d'informació	21,0	9,0	6,0	15,0	84,0	141,0	171,0	171,0	75,0	27,0	9,0	21,0	750,0
Ingressos per anuncis (€)	3.872,00	1.671,00	1.112,00	2.760,00	15.456,00	25.944,00	31.464,00	31.464,00	13.800,00	4.968,00	1.656,00	3.864,00	138.031,00
Ingressos publicitat i patrocinis (€)	210,00	0,00	0,00	0,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	0,00	0,00	210,00	1.470,00
Arrendaments	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	515,26	6.183,11
Subministraments	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	257,09	3.085,13
Serveis de professionals	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	267,81	3.213,68
Primes d'assegurances	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	133,90	1.606,84
Publicitat	600,00	600,00	650,00	800,00	800,00	850,00	850,00	800,00	700,00	650,00	700,00	700,00	8.700,00
Altres despeses	1.108,36	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13	1.516,79
Despeses de personal	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	15.434,84	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	15.434,84	108.043,90
Amortitzacions	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	2.584,67
<b>BAIT</b>	<b>-6.733,23</b>	<b>-8.073,00</b>	<b>-8.682,00</b>	<b>-7.184,00</b>	<b>5.722,00</b>	<b>16.160,00</b>	<b>13.962,57</b>	<b>21.730,00</b>	<b>4.166,00</b>	<b>-4.826,00</b>	<b>-8.188,00</b>	<b>-13.487,43</b>	<b>4.566,89</b>
Interessos	87,09	85,52	83,95	82,36	80,77	79,16	77,54	75,92	74,28	72,64	70,98	69,32	939,53
<b>BAT</b>	<b>-6.820,32</b>	<b>-8.158,53</b>	<b>-8.765,95</b>	<b>-7.266,36</b>	<b>5.641,23</b>	<b>16.080,84</b>	<b>13.885,03</b>	<b>21.654,08</b>	<b>4.091,71</b>	<b>-4.898,64</b>	<b>-8.258,99</b>	<b>-13.556,74</b>	<b>3.627,36</b>
Impost sobre societats													0,00
<b>Resultat net</b>	<b>-6.820,32</b>	<b>-8.158,53</b>	<b>-8.765,95</b>	<b>-7.266,36</b>	<b>5.641,23</b>	<b>16.080,84</b>	<b>13.885,03</b>	<b>21.654,08</b>	<b>4.091,71</b>	<b>-4.898,64</b>	<b>-8.258,99</b>	<b>-13.556,74</b>	<b>3.627,36</b>

Font: elaboració pròpia

Taula 7: Detall compte de pèrdues i guanys any 4

ANY 4	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 4
Total Anuncis publicats	96,6	41,4	27,6	69,0	386,4	648,6	786,6	786,6	345,0	124,2	41,4	96,6	3.450,0
Total Promocions 15 dies	29,0	12,4	8,3	20,7	115,9	194,6	236,0	236,0	103,5	37,3	12,4	29,0	1.035,0
Total Promocions Portada	19,3	8,3	6,0	13,8	77,3	129,7	157,3	157,3	69,0	24,8	8,3	19,3	690,5
Total Promocions Xarxes Socials	5,0	2,1	1,4	3,5	19,3	32,4	39,3	39,3	17,3	6,2	2,1	4,8	172,7
Total Limitació d'informació	24,2	10,4	6,9	17,3	96,6	162,2	196,7	196,7	86,3	31,1	10,4	24,2	862,5
Ingressos per anuncis (€)	4.452,10	1.904,40	1.288,80	3.174,00	17.774,40	29.835,60	36.183,60	36.183,60	15.870,00	5.713,20	1.904,40	4.443,60	158.727,70
Ingressos publicitat i patrocinis (€)	242,00	0,00	0,00	0,00	242,00	484,00	242,00	242,00	242,00	242,00	0,00	484,00	2.420,00
Arrendaments	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	533,29	6.399,52
Subministraments	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	266,09	3.193,11
Serveis de professionals	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	277,18	3.326,15
Primes d'assegurances	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	138,59	1.663,08
Publicitat	750,00	750,00	750,00	800,00	850,00	950,00	950,00	950,00	800,00	800,00	800,00	800,00	10.000,00
Altres despeses	1.147,15	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	38,43	1.569,88
Despeses de personal	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	15.897,89	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	15.897,89	111.285,22
Amortitzacions	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	2.584,67
<b>BAIT</b>	<b>-6.582,54</b>	<b>-8.263,52</b>	<b>-8.879,12</b>	<b>-7.043,92</b>	<b>7.748,48</b>	<b>19.951,68</b>	<b>18.108,74</b>	<b>26.057,68</b>	<b>5.844,08</b>	<b>-4.262,72</b>	<b>-8.313,52</b>	<b>-13.239,26</b>	<b>21.126,08</b>
Interessos	67,64	65,95	64,26	62,55	60,84	59,11	57,37	55,62	53,86	52,09	50,31	48,52	698,13
<b>BAT</b>	<b>-6.650,18</b>	<b>-8.329,47</b>	<b>-8.943,38</b>	<b>-7.106,47</b>	<b>7.687,65</b>	<b>19.892,57</b>	<b>18.051,37</b>	<b>26.002,06</b>	<b>5.790,22</b>	<b>-4.314,81</b>	<b>-8.363,83</b>	<b>-13.287,78</b>	<b>20.427,95</b>
Impost sobre societats													2.375,29
<b>Resultat net</b>	<b>-6.650,18</b>	<b>-8.329,47</b>	<b>-8.943,38</b>	<b>-7.106,47</b>	<b>7.687,65</b>	<b>19.892,57</b>	<b>18.051,37</b>	<b>26.002,06</b>	<b>5.790,22</b>	<b>-4.314,81</b>	<b>-8.363,83</b>	<b>-13.287,78</b>	<b>18.052,66</b>

Font: elaboració pròpia

Taula 8: Detall compte de pèrdues i guanys any 5

ANY 5	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 5
Total Anuncis publicats	106,3	45,5	30,4	75,9	425,0	713,5	865,3	865,3	379,5	136,6	45,5	106,3	3.795,0
Total Promocions 15 dies	32,0	14,0	9,1	22,8	127,5	214,0	259,6	259,6	113,9	41,0	13,7	31,9	1.139,0
Total Promocions Portada	21,3	9,1	6,1	15,2	85,0	142,7	173,1	173,1	75,9	27,3	9,1	21,3	759,0
Total Promocions Xarxes Socials	5,3	2,3	1,5	3,8	21,3	35,7	43,3	43,3	19,0	6,8	2,3	5,3	189,8
Total Limitació d'informació	27,0	11,4	8,0	19,0	106,3	178,4	216,3	216,3	94,9	34,2	11,4	26,6	949,6
Ingressos per anuncis (€)	4.896,23	2.103,29	1.401,48	3.491,40	19.551,84	32.819,16	39.801,96	39.801,96	17.457,00	6.284,52	2.094,84	4.887,96	174.591,64
Ingressos publicitat i patrocinis (€)	532,00	0,00	0,00	0,00	266,00	532,00	532,00	532,00	532,00	0,00	0,00	532,00	3.458,00
Arrendaments	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	551,96	6.623,50
Subministraments	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	275,41	3.304,87
Serveis de professionals	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	286,88	3.442,57
Primes d'assegurances	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	143,44	1.721,28
Publicitat	800,00	800,00	850,00	950,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	900,00	900,00	900,00	900,00	11.000,00
Altres despeses	1.187,30	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	39,78	1.624,83
Despeses de personal	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	16.374,82	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	16.374,82	114.623,77
Amortitzacions	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	215,39	2.584,67
<b>BAIT</b>	<b>-6.219,55</b>	<b>-8.396,97</b>	<b>-9.148,78</b>	<b>-7.158,86</b>	<b>9.117,58</b>	<b>22.650,90</b>	<b>21.446,29</b>	<b>29.633,70</b>	<b>7.388,74</b>	<b>-4.315,74</b>	<b>-8.505,42</b>	<b>-13.367,71</b>	<b>33.124,15</b>
Interessos	46,72	44,90	43,08	41,24	39,40	37,54	35,67	33,79	31,90	29,99	28,08	26,15	438,45
<b>BAT</b>	<b>-6.266,27</b>	<b>-8.441,88</b>	<b>-9.191,86</b>	<b>-7.200,11</b>	<b>9.078,18</b>	<b>22.613,36</b>	<b>21.410,62</b>	<b>29.599,91</b>	<b>7.356,84</b>	<b>-4.345,73</b>	<b>-8.533,50</b>	<b>-13.393,86</b>	<b>32.685,70</b>
Impost sobre societats													4.902,85
<b>Resultat net</b>	<b>-6.266,27</b>	<b>-8.441,88</b>	<b>-9.191,86</b>	<b>-7.200,11</b>	<b>9.078,18</b>	<b>22.613,36</b>	<b>21.410,62</b>	<b>29.599,91</b>	<b>7.356,84</b>	<b>-4.345,73</b>	<b>-8.533,50</b>	<b>-13.393,86</b>	<b>27.782,84</b>

Font: elaboració pròpia

## Annex 5. Detall mensual del pressupost de tresoreria

Taula 9: Detall fluxos d'efectiu any 1

ANY 1	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 1
Saldo inicial clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cobraments	0,00	0,00	0,00	0,00	11.531,00	18.400,00	23.000,00	23.000,00	9.200,00	3.680,00	920,00	2.471,00	92.202,00
Saldo final clients	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Saldo inicial proveïdors i creditors	0,00	1.531,00	1.556,00	1.606,00	1.606,00	1.606,00	1.606,00	1.621,00	1.621,00	1.621,00	1.571,00	1.571,00	0,00
Pagaments Operatius	2.025,00	1.531,00	1.556,00	1.606,00	1.606,00	1.606,00	1.606,00	1.621,00	1.621,00	1.621,00	1.571,00	1.571,00	19.541,00
Saldo final proveïdors i creditors	1.531,00	1.556,00	1.606,00	1.606,00	1.606,00	1.606,00	1.621,00	1.621,00	1.621,00	1.571,00	1.571,00	1.621,00	0,00
Pagament despeses personal	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	11.616,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	5.808,00	11.616,00	81.312,00
Pagament impost societats													0,00
<b>CF Explotació</b>	<b>-7.833,00</b>	<b>-7.339,00</b>	<b>-7.364,00</b>	<b>-7.414,00</b>	<b>4.117,00</b>	<b>10.986,00</b>	<b>9.778,00</b>	<b>15.571,00</b>	<b>1.771,00</b>	<b>-3.749,00</b>	<b>-6.459,00</b>	<b>-10.716,00</b>	<b>-8.651,00</b>
Préstec	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	4.128,62
<b>CF Net de l'exercici</b>	<b>-8.177,05</b>	<b>-7.683,05</b>	<b>-7.708,05</b>	<b>-7.758,05</b>	<b>3.772,95</b>	<b>10.641,95</b>	<b>9.433,95</b>	<b>15.226,95</b>	<b>1.426,95</b>	<b>-4.093,05</b>	<b>-6.803,05</b>	<b>-11.060,05</b>	<b>-12.779,62</b>
Saldo inicial tresoreria	38.040,00	29.862,95	22.179,90	14.471,84	6.713,79	10.486,74	21.128,69	30.562,64	45.789,58	47.216,53	43.123,48	36.320,43	0,00
Saldo final tresoreria	29.862,95	22.179,90	14.471,84	6.713,79	10.486,74	21.128,69	30.562,64	45.789,58	47.216,53	43.123,48	36.320,43	25.260,38	0,00

Font: elaboració pròpia

Taula 10: Detall fluxos d'efectiu any 2

ANY 2	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 2
Saldo inicial clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cobraments	3.301,00	1.411,00	920,00	2.325,00	13.055,00	21.620,00	26.395,00	26.220,00	11.675,00	4.140,00	1.380,00	3.395,00	115.837,00
Saldo final clients	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Saldo inicial proveïdors i creditors	1.621,00	2.755,24	1.720,24	1.720,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.770,24	1.720,24	1.720,24	0,00
Pagaments Operatius	1.621,00	2.755,24	1.720,24	1.720,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.770,24	1.720,24	1.720,24	22.128,59
Saldo final proveïdors i creditors	2.755,24	1.720,24	1.720,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.820,24	1.770,24	1.720,24	1.720,24	1.820,24	0,00
Pagament despeses personal	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	11.964,48	5.982,24	5.982,24	5.982,24	5.982,24	11.964,48	83.751,36
Pagament impost societats													0,00
<b>CF Explotació</b>	<b>-4.302,24</b>	<b>-7.326,48</b>	<b>-6.782,48</b>	<b>-5.377,48</b>	<b>5.252,53</b>	<b>13.817,53</b>	<b>12.610,29</b>	<b>18.417,53</b>	<b>3.672,53</b>	<b>-3.612,48</b>	<b>-6.322,48</b>	<b>-10.289,72</b>	<b>9.957,05</b>
Préstec	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	4.128,62
<b>CF Net de l'exercici</b>	<b>-4.646,29</b>	<b>-7.670,53</b>	<b>-7.126,53</b>	<b>-5.721,53</b>	<b>4.908,47</b>	<b>13.473,47</b>	<b>12.266,23</b>	<b>18.073,47</b>	<b>3.528,47</b>	<b>-3.956,53</b>	<b>-6.666,53</b>	<b>-10.633,77</b>	<b>5.828,43</b>
Saldo inicial tresoreria	25.260,38	20.614,08	12.943,56	5.817,03	95,50	5.003,98	18.477,45	30.743,68	48.817,16	52.345,63	48.389,10	41.722,57	0,00
Saldo final tresoreria	20.614,08	12.943,56	5.817,03	95,50	5.003,98	18.477,45	30.743,68	48.817,16	52.345,63	48.389,10	41.722,57	31.088,81	0,00

Font: elaboració pròpia

Taula 11: Detall fluxos d'efectiu any 3

ANY 3	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 3
Saldo inicial clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Cobraments	4.082,00	1.671,00	1.112,00	2.760,00	15.666,00	26.154,00	31.674,00	31.674,00	14.010,00	4.968,00	1.656,00	4.074,00	139.501,00
Saldo final clients	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Saldo inicial proveïdors i creditors	1.820,24	2.882,42	1.811,19	1.861,19	2.011,19	2.011,19	2.061,19	2.061,19	2.011,19	1.911,19	1.861,19	1.911,19	
Pagaments Operatius	1.820,24	2.882,42	1.811,19	1.861,19	2.011,19	2.011,19	2.061,19	2.061,19	2.011,19	1.911,19	1.861,19	1.911,19	24.214,59
Saldo final proveïdors i creditors	2.882,42	1.811,19	1.861,19	2.011,19	2.011,19	2.061,19	2.061,19	2.011,19	1.911,19	1.861,19	1.911,19	1.911,19	
Pagament despeses personal	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	15.434,84	7.717,42	7.717,42	7.717,42	7.717,42	15.434,84	108.043,90
Pagament impost societats													0,00
<b>CF Explotació</b>	<b>-5.455,66</b>	<b>-8.928,84</b>	<b>-8.416,61</b>	<b>-6.818,61</b>	<b>5.937,39</b>	<b>16.425,39</b>	<b>14.177,96</b>	<b>21.895,39</b>	<b>4.281,39</b>	<b>-4.660,61</b>	<b>-7.922,61</b>	<b>-13.272,04</b>	<b>7.242,51</b>
Préstec	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	4.128,62
<b>CF Net de l'exercici</b>	<b>-5.799,71</b>	<b>-9.272,89</b>	<b>-8.760,67</b>	<b>-7.162,67</b>	<b>5.593,33</b>	<b>16.081,33</b>	<b>13.833,91</b>	<b>21.551,33</b>	<b>3.937,33</b>	<b>-5.004,67</b>	<b>-8.266,67</b>	<b>-13.616,09</b>	<b>3.113,89</b>
Saldo inicial tresoreria	31.088,81	25.289,10	16.016,21	7.255,54	92,87	5.686,21	21.767,54	35.601,45	57.152,79	61.090,12	56.085,45	47.818,79	
Saldo final tresoreria	25.289,10	16.016,21	7.255,54	92,87	5.686,21	21.767,54	35.601,45	57.152,79	61.090,12	56.085,45	47.818,79	34.202,70	

Font: elaboració pròpia

Taula 12: Detall fluxos d'efectiu any 4

ANY 4	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 4
Saldo inicial clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Cobraments	4.694,10	1.904,40	1.288,80	3.174,00	18.016,40	30.319,60	36.425,60	36.425,60	16.112,00	5.955,20	1.904,40	4.927,60	161.147,70
Saldo final clients	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Saldo inicial proveïdors i creditors	1.911,19	3.112,30	2.003,58	2.003,58	2.053,58	2.103,58	2.203,58	2.203,58	2.203,58	2.103,58	2.053,58	2.053,58	
Pagaments Operatius	1.911,19	3.112,30	2.003,58	2.003,58	2.053,58	2.103,58	2.203,58	2.203,58	2.203,58	2.103,58	2.053,58	2.053,58	26.009,35
Saldo final proveïdors i creditors	3.112,30	2.003,58	2.003,58	2.053,58	2.103,58	2.203,58	2.203,58	2.203,58	2.103,58	2.053,58	2.053,58	2.053,58	
Pagament despeses personal	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	15.897,89	7.948,94	7.948,94	7.948,94	7.948,94	15.897,89	111.285,22
Pagament impost societats													0,00
<b>CF Explotació</b>	<b>-5.166,04</b>	<b>-9.156,85</b>	<b>-8.663,73</b>	<b>-6.778,53</b>	<b>8.013,87</b>	<b>20.267,07</b>	<b>18.324,13</b>	<b>26.273,07</b>	<b>5.959,47</b>	<b>-4.097,33</b>	<b>-8.098,13</b>	<b>-13.023,87</b>	<b>23.853,14</b>
Préstec	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	4.128,62
<b>CF Net de l'exercici</b>	<b>-5.510,09</b>	<b>-9.500,90</b>	<b>-9.007,78</b>	<b>-7.122,58</b>	<b>7.669,82</b>	<b>19.923,02</b>	<b>17.980,07</b>	<b>25.929,02</b>	<b>5.615,42</b>	<b>-4.441,38</b>	<b>-8.442,18</b>	<b>-13.367,93</b>	<b>19.724,51</b>
Saldo inicial tresoreria	34.202,70	28.692,61	19.191,71	10.183,93	3.061,35	10.731,17	30.654,19	48.634,26	74.563,28	80.178,70	75.737,32	67.295,14	
Saldo final tresoreria	28.692,61	19.191,71	10.183,93	3.061,35	10.731,17	30.654,19	48.634,26	74.563,28	80.178,70	75.737,32	67.295,14	53.927,21	

Font: elaboració pròpia

Taula 13: Detall fluxos d'efectiu any 5

ANY 5	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Any 5
Saldo inicial clients	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Cobraments	5.428,23	2.103,29	1.401,48	3.491,40	19.817,84	33.351,16	40.333,96	40.333,96	17.989,00	6.284,52	2.094,84	5.419,96	178.049,64
Saldo final clients	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Saldo inicial proveïdors i creditors	2.053,58	3.244,98	2.097,46	2.147,46	2.247,46	2.297,46	2.297,46	2.297,46	2.297,46	2.197,46	2.197,46	2.197,46	
Pagaments Operatius	2.053,58	3.244,98	2.097,46	2.147,46	2.247,46	2.297,46	2.297,46	2.297,46	2.297,46	2.197,46	2.197,46	2.197,46	27.573,17
Saldo final proveïdors i creditors	3.244,98	2.097,46	2.147,46	2.247,46	2.297,46	2.297,46	2.297,46	2.297,46	2.197,46	2.197,46	2.197,46	2.197,46	
Pagament despeses personal	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	16.374,82	8.187,41	8.187,41	8.187,41	8.187,41	16.374,82	114.623,77
Pagament impost societats							2.375,29						2.375,29
<b>CF Explotació</b>	<b>-4.812,77</b>	<b>-9.329,11</b>	<b>-8.883,39</b>	<b>-6.843,47</b>	<b>9.382,97</b>	<b>22.866,29</b>	<b>19.286,38</b>	<b>29.849,09</b>	<b>7.504,13</b>	<b>-4.100,35</b>	<b>-8.290,03</b>	<b>-13.152,33</b>	<b>33.477,40</b>
Préstec	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	344,05	4.128,62
<b>CF Net de l'exercici</b>	<b>-5.156,82</b>	<b>-9.673,16</b>	<b>-9.227,44</b>	<b>-7.187,52</b>	<b>9.038,92</b>	<b>22.522,24</b>	<b>18.942,33</b>	<b>29.505,04</b>	<b>7.160,08</b>	<b>-4.444,40</b>	<b>-8.634,08</b>	<b>-13.496,38</b>	<b>29.348,78</b>
Saldo inicial tresoreria	53.927,21	48.770,39	39.097,23	29.869,79	22.682,26	31.721,18	54.243,41	73.185,74	102.690,78	109.850,85	105.406,45	96.772,36	
Saldo final tresoreria	48.770,39	39.097,23	29.869,79	22.682,26	31.721,18	54.243,41	73.185,74	102.690,78	109.850,85	105.406,45	96.772,36	83.275,99	

Font: elaboració pròpia

## Annex 6. Detall anual del balanç de situació

Taula 14: Detall balanç de situació anys 1 - 5

Any 1	FINAL	INICIAL	Any 2	FINAL	INICIAL	Any 3	FINAL	INICIAL	Any 4	FINAL	INICIAL	Any 5	FINAL	INICIAL
<b>ACTIU NO CORRENT</b>	14.375	16.960	<b>ACTIU NO CORRENT</b>	11.791	14.375	<b>ACTIU NO CORRENT</b>	9.206	11.791	<b>ACTIU NO CORRENT</b>	6.621	9.206	<b>ACTIU NO CORRENT</b>	4.037	6.621
Immobilitzat Intangible	5.534	6.630	Immobilitzat Intangible	4.437	5.534	Immobilitzat Intangible	3.341	4.437	Immobilitzat Intangible	2.245	3.341	Immobilitzat Intangible	1.148	2.245
Propietat industrial	117	130	Propietat industrial	104	117	Propietat industrial	91	104	Propietat industrial	78	91	Propietat industrial	65	78
Aplicacions informàtiques	5.417	6.500	Aplicacions informàtiques	4.333	5.417	Aplicacions informàtiques	3.250	4.333	Aplicacions informàtiques	2.167	3.250	Aplicacions informàtiques	1.083	2.167
Immobilitzat Material	8.842	10.330	Immobilitzat Material	7.353	8.842	Immobilitzat Material	5.865	7.353	Immobilitzat Material	4.377	5.865	Immobilitzat Material	2.888	4.377
Mobiliari	3.150	3.500	Mobiliari	2.800	3.150	Mobiliari	2.450	2.800	Mobiliari	2.100	2.450	Mobiliari	1.750	2.100
Equips processos d'informació	5.692	6.830	Equips processos d'informació	4.553	5.692	Equips processos d'informació	3.415	4.553	Equips processos d'informació	2.277	3.415	Equips processos d'informació	1.138	2.277
<b>ACTIU CORRENT</b>	25.260	38.040	<b>ACTIU CORRENT</b>	31.089	25.260	<b>ACTIU CORRENT</b>	34.203	31.089	<b>ACTIU CORRENT</b>	53.927	34.203	<b>ACTIU CORRENT</b>	83.276	53.927
Tresoreria	25.260	38.040	Tresoreria	31.089	25.260	Tresoreria	34.203	31.089	Tresoreria	53.927	34.203	Tresoreria	83.276	53.927
<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>39.636</b>	<b>55.000</b>	<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>42.879</b>	<b>39.636</b>	<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>43.409</b>	<b>42.879</b>	<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>60.549</b>	<b>43.409</b>	<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>87.313</b>	<b>60.549</b>
<b>PATRIMONI NET</b>	20.771	35.000	<b>PATRIMONI NET</b>	26.780	20.771	<b>PATRIMONI NET</b>	30.407	26.780	<b>PATRIMONI NET</b>	48.460	30.407	<b>PATRIMONI NET</b>	76.243	48.460
Capital social	35.000	35.000	Capital social	35.000	35.000	Capital social	35.000	35.000	Capital social	35.000	35.000	Capital social	35.000	35.000
Resultat d'exercicis anteriors			Resultat d'exercicis anteriors	-14.229		Resultat d'exercicis anteriors	-8.220	-14.229	Resultat d'exercicis anteriors	-4.593	-8.220	Resultat d'exercicis anteriors	13.460	-4.593
Resultat de l'exercici	-14.229		Resultat de l'exercici	6.009	-14.229	Resultat de l'exercici	3.627	6.009	Resultat de l'exercici	18.053	3.627	Resultat de l'exercici	27.783	18.053
<b>PASSIU NO CORRENT</b>	14.279	17.244	<b>PASSIU NO CORRENT</b>	11.090	14.279	<b>PASSIU NO CORRENT</b>	7.660	11.090	<b>PASSIU NO CORRENT</b>	3.970	7.660	<b>PASSIU NO CORRENT</b>	0	3.970
Deutes ll/t amb ent. crèdit	14.279	17.244	Deutes ll/t amb ent. crèdit	11.090	14.279	Deutes ll/t amb ent. crèdit	7.660	11.090	Deutes ll/t amb ent. crèdit	3.970	7.660	Deutes ll/t amb ent. crèdit	0	3.970
Creditors ll/t			Creditors ll/t	0		Creditors ll/t	0		Creditors ll/t	0		Creditors ll/t	0	
<b>PASSIU CORRENT</b>	4.586	2.756	<b>PASSIU CORRENT</b>	5.009	4.586	<b>PASSIU CORRENT</b>	5.342	5.009	<b>PASSIU CORRENT</b>	8.119	5.342	<b>PASSIU CORRENT</b>	11.070	8.119
Deutes c/t amb ent. crèdit	2.965	2.756	Deutes c/t amb ent. crèdit	3.189	2.965	Deutes c/t amb ent. crèdit	3.430	3.189	Deutes c/t amb ent. crèdit	3.690	3.430	Deutes c/t amb ent. crèdit	3.970	3.690
Creditors c/t	1.621		Creditors c/t	1.820	1.621	Creditors c/t	1.911	1.820	Creditors c/t	2.054	1.911	Creditors c/t	2.197	2.054
									HP creditora per IS	2.375		HP creditora per IS	4.903	2.375
<b>TOTAL P. NET I PASSIU</b>	<b>39.636</b>	<b>55.000</b>	<b>TOTAL P. NET I PASSIU</b>	<b>42.879</b>	<b>39.636</b>	<b>TOTAL P. NET I PASSIU</b>	<b>43.409</b>	<b>42.879</b>	<b>TOTAL P. NET I PASSIU</b>	<b>60.549</b>	<b>43.409</b>	<b>TOTAL P. NET I PASSIU</b>	<b>87.313</b>	<b>60.549</b>

Font: elaboració pròpia