

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Marta Cervero Castilla

PROGRAMA: E-6 Analytics

GRUPO:

FECHA: 24/10/2025

Director Asignado: Pérez-Macías Martín

Noemí

Apellidos

Nombre

Título provisional del TFG:

Plan de Empresa: *bond&go*

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:



Fecha: 24 de octubre del 2025

PLAN DE EMPRESA *BOND&GO*

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

1.1 Movilidad internacional y el contexto Erasmus+

En un mundo laboral cada vez más globalizado y exigente, la movilidad internacional se ha convertido en una de las experiencias más valoradas en la formación universitaria del siglo XXI. Esta vivencia supone un elemento determinante en la empleabilidad del futuro: Ha pasado de ser un factor diferenciador a casi ser un requisito indispensable en determinados procesos de selección (Villasante, 2025).

Desde su creación en 1987, el programa Erasmus+ se ha consolidado como una de las iniciativas de referencia mundial en movilidad educativa. Lo que en su primera edición implicaba a solo once países, hoy engloba a todos los Estados miembros de la UE y ha beneficiado ya a más de 16 millones de participantes. Solo en España, el programa en 2024 tenía previsto financiar 4.056 proyectos de movilidad beneficiando así a 118.692 estudiantes y personal de todos los sectores educativos (Morant, 2024).

La magnitud del fenómeno queda clara teniendo en cuenta los últimos datos publicados (2021-2022): Un total de 46.481 estudiantes españoles participaron en programas de intercambio, lo que supone un 3,95% del alumnado de grado y un 1,16% de los de máster (Fundación CYD, 2024). El perfil mayoritario de estos estudiantes corresponde a mujeres, que representaron un 59,11% de los estudiantes que deciden estudiar fuera de España y el 66,82% de los entrantes (Universidad de Sevilla, 2024). El informe de la Fundación Conocimiento y Desarrollo también señala que en lo que respecta al tipo de institución, las universidades públicas enviaron 37.299 estudiantes, frente a los 9.182 de las universidades privadas. Cabe señalar que, en términos relativos, estas últimas mostraron una mayor proporción de estudiantes salientes (4,07% frente a 3,45%). En cuanto a los destinos, la Unión Europea continúa siendo la opción preferida, el 78% de los estudiantes eligió algún país dentro de sus fronteras. Se aprecia, no obstante, una creciente diversificación puesto que Estados Unidos y Canadá fueron la opción académica elegida por uno de cada diez de los estudiantes de máster.

Más allá del ámbito europeo, gana protagonismo la movilidad global a través de programas complementarios. Entre ellos destaca Erasmus Mundus, que ofrece

prestigiosos másteres internacionales en los que participan como mínimo tres instituciones de al menos tres países diferentes abiertos para estudiantes de todo el mundo (Comisión Europea, s.f.). También, a nivel nacional, las becas ICEX brindan la oportunidad de pasar un año en el extranjero en una de las 105 Oficinas Económicas y Comerciales.

Este liderazgo de los países europeos se corresponde con una apuesta internacional creciente en el programa Erasmus+ y es que al ritmo que crece el número de participantes también aumentan las partidas económicas destinadas a él. En el periodo de 2021 a 2027 el presupuesto de Erasmus+ se estima en 26.200 millones de euros, lo que supone casi el doble de la financiación del ciclo que lo precede (Comisión Europea, s.f.).

España, en concreto, ocupa una posición estratégica en este contexto y es que se sitúa como el primer país receptor de estudiantes Erasmus+ de educación superior y ocupa la tercera posición como país emisor (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2025). En conjunto, este amplio abanico de oportunidades refleja la consolidación de la movilidad transnacional como un pilar en la educación superior.

1.2 Desafíos personales y sociales de la movilidad

Sin embargo, las cifras no reflejan los desafíos personales que implica la movilidad internacional, especialmente en los procesos de adaptación e integración social. El denominado “Erasmus myth” suele asociarse con una etapa de viajar, diversión y nuevas amistades; sin embargo, para muchos estudiantes esta no es la realidad y atraviesan momentos de dificultad para integrarse en su nuevo entorno. Incluso antes de comenzar la movilidad, más del 50% de los estudiantes que deciden no participar señalan que los motivos que los llevan a no hacerlo son la incertidumbre sobre los gastos adicionales, la falta de recursos financieros y las relaciones personales (Comisión Europea, s.f.). Lo que evidencia la importancia del entorno personal durante esta experiencia.

El 46,6% de los estudiantes afirma tener de dos a cinco amigos locales, mientras que el número de amigos de otras nacionalidades supera los 16 en el 48,5% de los casos (Erasmus Student Network, 2026). Las principales causas de esta limitada interacción son la falta de oportunidades, las diferencias culturales y los estilos de vida.

Uno de los aspectos que más condiciona la adaptación de los estudiantes internacionales es la convivencia y es que el 85% de los estudiantes prefieren hospedarse en residencias

o compartir piso, mientras que arrendar un piso o apartamento individual es la opción de la minoría (Uceda, 2025) por lo que encontrar compañeros de piso o residencia afines puede ser determinante para el bienestar. No obstante, la búsqueda de compañeros de apartamento o residencia afines se realiza, en la mayoría de los casos, mediante canales informales como grupos de WhatsApp, publicaciones en Instagram o portales generalistas que no ofrecen garantías de compatibilidad ni de seguridad. Esta falta de afinidad puede derivar en conflictos, aislamiento o incluso cambios de vivienda a lo largo de la experiencia. Aunque las universidades promueven programas de mentoría o tandems lingüísticos, estas iniciativas se centran en el ámbito académico y no resuelven las necesidades de convivencia cotidiana.

1.3 Digitalización y surgimiento de *bond&go*

Al mismo tiempo, en el contexto actual, las generaciones universitarias confían cada vez más en la tecnología para gestionar aspectos claves de su vida cotidiana: desde viajar o buscar alojamiento hasta establecer relaciones personales. Con la digitalización se han popularizado nuevos patrones de consumo (Ferrer, 2017). Este cambio cultural ha hecho más habitual el uso de plataformas digitales basadas en la afinidad y la confianza entre usuarios, un fenómeno conocido como *matching digital*. Durante los últimos años, hemos visto aplicaciones como Airbnb, Badi o Roomster han revolucionado la manera de buscar alojamiento, permitiendo a los usuarios compartir espacios con desconocidos basándose en valoraciones, intereses y estilos de vida. Lo mismo ha sucedido en el ámbito social y hemos visto plataformas peer-to-peer como Meetup, Bumble o Pattok que permiten encontrar amistades o parejas basándose en los intereses y la personalidad. Esto ha provocado un cambio de paradigma puesto que ahora los jóvenes anteponen la compatibilidad por encima de canales tradicionales.

En el ámbito universitario, esta tendencia también se refleja en la forma en la que los estudiantes buscan integrarse antes y durante sus estancias en el extranjero. Como se afirmó anteriormente, las redes sociales y en especial canales como Instagram, WhatsApp o TikTok se han convertido en las herramientas más empleadas para encontrar alojamiento o compañeros de piso. Sin embargo, a pesar de que facilitan el contacto inicial, estas redes no ofrecen garantías de compatibilidad, ni seguridad. Los grupos suelen estar saturados y los procesos dependen del azar o de la suerte de coincidir con alguien afín.

En este escenario, donde la digitalización redefine las relaciones humanas y la movilidad internacional se intensifica, emerge una oportunidad de innovación: crear una herramienta que conecte a estudiantes internacionales basándose en su afinidad personal y estilos de vida, generando entornos seguros de convivencia.

De esta necesidad nace *bond&go*, una plataforma diseñada para facilitar la conexión entre estudiantes de movilidad internacional a través de un algoritmo de coincidencia basado en afinidades personales y estilos de vida. El objetivo es optimizar el tiempo de búsqueda de compañeros de alojamiento, garantizar una buena convivencia y reducir la incertidumbre que acompaña a estos procesos. A diferencia de otros portales generalistas o redes sociales, *bond&go* integra criterios de compatibilidad reales (intereses durante la estancia en el extranjero, hábitos, valores...) mediante el uso de algoritmos de recomendación. La propuesta busca generar un impacto social positivo, fomentando entornos seguros de convivencia y experiencias más satisfactorias.

Desde una perspectiva académica, el proyecto examina la interacción entre tecnología, convivencia y movilidad estudiantil, ámbitos en los que convergen la psicología social, la innovación educativa y el análisis de datos. Las recomendaciones basadas en afinidades no solo tienen una aplicación práctica, sino que presentan una contribución al conocimiento sobre cómo los algoritmos pueden favorecer al bienestar humano. En el plano empresarial, la propuesta se enmarca en el concurso de Comillas Emprende, combinando impacto social, innovación tecnológica y viabilidad económica. *bond&go* se presenta como una startup de base tecnológica con potencia de escalabilidad en el sector edtech y housing tech, alineada con la tendencia creciente de soluciones peer-to-peer y de las plataformas de matching personal.

En definitiva, *bond&go* se concibe como una plataforma innovadora para conectar con perfiles afines, ofreciendo una solución viable y escalable a uno de los principales desafíos de la internacionalización universitaria.

2. OBJETIVOS

A partir del contexto anteriormente expuesto, este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo desarrollar de manera completa una propuesta innovadora que combine la movilidad internacional con la tecnología digital, dando respuesta a las necesidades de convivencia y conexión que tienen los estudiantes cuando realizan programas de intercambio. Para ello, se establecen los siguientes objetivos, tanto de carácter teórico como práctico que guiarán el diseño, desarrollo y validación de la plataforma *bond&go*.

2.1 Objetivo general

El principal objetivo de este Trabajo de Fin de Grado (TFG) es elaborar el plan de negocio para *bond&go*. Con ello se pretende demostrar su viabilidad y analizar cuál es el mercado real al que tendría posibilidad de llegar. Asimismo, poder fijar las diferentes soluciones para sus potenciales clientes.

2.2 Objetivos específicos

Para la consecución de este, debemos establecer una serie de Objetivos Específicos (OE) que se definen a continuación:

- OE1: Definir la misión, visión y valores de *bond&go*, estableciendo así su razón de ser y su encaje dentro del ecosistema universitario y tecnológico. También, procederemos a elaborar el Business Model Canvas que permita visualizar los principales elementos del modelo de negocio.
- OE2: Realizar un análisis del entorno interno y externo para identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto. Además, este análisis incluirá un estudio del macroentorno (educativo, tecnológico y social) y del entorno competitivo.
- OE3: Desarrollar un plan de marketing. Este incluirá un análisis del mercado y de potenciales clientes, lo que permitirá realizar una segmentación del mercado adecuada, facilitando la implementación de una estrategia de marketing efectiva, personalizada y adaptada a las necesidades y preferencias de cada segmento identificado.

- OE4: Diseñar el plan de operaciones de la plataforma, incluyendo el diseño de esta, los procesos, la estructura funcional, fases de desarrollo y la definición del módulo de recomendación basado en afinidad.
- OE5: Definir la forma legal que tendrá nuestra empresa. Para ello procederemos al análisis de las diferentes alternativas estableciendo cuál es la mejor y por qué. Además, procederemos a establecer un marco legal que regule las actividades de la empresa, incluyendo la identificación de normativas, licencias y permisos necesarios para operar, que garanticen la protección de datos, privacidad y propiedad intelectual.
- OE6: Establecer un plan de recursos humanos, detallando la estructura organizativa, los perfiles necesarios y la cultura de trabajo.
- OE7: Elaborar un plan económico-financiero que permita evaluar la viabilidad del desarrollo de *bond&go*, incluyendo la estimación de la inversión inicial, las fuentes de financiación y recursos, el sistema de cobro. Además, se llevarán a cabo las proyecciones de resultados a tres años (escenarios pesimista, neutro y optimista) y los principales ratios financieros. Permitiendo anticipar el desempeño financiero de la empresa en el corto y medio plazo.
- OE8: Formular un plan estratégico de seguimiento y control de la compañía, mediante la implementación de un Cuadro de Mando Integral (Balance Scorecard) que integre los indicadores clave de desempeño (KPIs) definidos en los apartados previos, junto con una matriz de riesgos que identifique, evalúe y proponga medidas de mitigación de las posibles contingencias del proyecto.
- OE9: Desarrollar las conclusiones, futuras líneas de actuación y escalabilidad en el mercado.

3. METODOLOGÍA

Este trabajo combinará diferentes herramientas y modelos de análisis con el fin de alcanzar los objetivos específicos establecidos para evaluar la viabilidad de *bond&go*. A continuación, se describen las metodologías que se utilizarán para alcanzar los objetivos definidos:

En una primera etapa se procederá a definir la visión, misión y valores que guiarán el proyecto *bond&go*, estableciendo su razón de ser y su posicionamiento. A continuación, se elaborará el Business Model Canvas, que permitirá representar de manera visual los principales componentes del modelo de negocio: Segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades principales, socios y estructura de costes. Esta fase funcionará como punto de partida para la formulación de la estrategia que seguirá el proyecto.

Para el análisis interno se usará la matriz de evaluación de factores internos mientras que, para el análisis externo, el entorno general se analizará utilizando el modelo PESTEL identificando los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que puedan influir en el desarrollo de la empresa. En relación, con el entorno específico se empleará el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, con el cual se evalúa el atractivo de la industria y la estructura de esta con el fin de detectar oportunidades de diferenciación. Los resultados de ambos análisis se integrarán en la llamada matriz DAFO, que servirá para identificar las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la idea. Finalmente, se aplicará un análisis CAME con el fin de formular estrategias adecuadas a partir de las conclusiones obtenidas.

Para conocer las necesidades reales y los patrones de los estudiantes que realizan intercambios se llevará a cabo una encuesta estructurada basada en el modelo UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). Este modelo ha sido utilizado para estudiar la intención de uso de tecnologías digitales, y permitirá identificar los factores que influyen en la adopción o rechazo de *bond&go*. La encuesta se dirigirá a estudiantes españoles interesados en programas de movilidad durante sus estudios. Se empleará un muestreo no probabilístico, con el fin de garantizar la representatividad del perfil del usuario potencial. Los resultados obtenidos se analizarán mediante técnicas de clustering, lo que permitirá segmentar a los usuarios según sus preferencias, pudiendo así,

personalizar las estrategias de marketing y la experiencia de los usuarios. Para la realización de estos clusters se usarán herramientas como Python, Google Colab y R, lenguajes de programación que permitirán analizar datos estadísticos avanzados y realizar modelos predictivos que optimicen las conclusiones para la toma de decisiones.

A mayores, se llevará a cabo un análisis cualitativo exploratorio mediante técnicas de web scraping, con el fin de identificar de manera empírica las principales preocupaciones, intereses y dificultades que los estudiantes de movilidad internacional muestran en los entornos digitales. La realización de este procedimiento se basará en la extracción de datos públicos de foros, páginas webs de Erasmus como Reddit, ErasmusForum, The Student Room o grupos abiertos de Facebook. Los textos recopilados se procesarán posteriormente para detectar patrones y problemas recurrentes relacionados con la convivencia en los intercambios. Asimismo, se podrán aplicar técnicas básicas de análisis de sentimiento o frecuencia de palabras clave, a fin de identificar las emociones más asociadas al proceso de búsqueda de compañeros de piso y el nivel de satisfacción o frustración que expresan los usuarios.

Para este procedimiento se emplearán Python y sus librerías específicas (BeautifulSoup, Requests y Pandas), así como herramientas de visualización como WordCloud o Power BI, que facilitarán la interpretación de los resultados. El análisis permitirá validar la existencia real del problema que aborda *bond&go*, complementando así los resultados obtenidos en la encuesta. Asimismo, se llevará a cabo un benchmarking competitivo, comparando las funcionalidades y estrategias de las diferentes plataformas existentes en el mercado.

Una vez identificado el entorno, el mercado y el usuario, se elaborará un plan de operaciones que defina los recursos necesarios, los procesos de desarrollo y la estructura funcional de la aplicación. Para la visualización y organización de datos, se emplearán herramientas como Excel y Power BI, mientras que el diseño conceptual del producto podrá apoyarse en herramientas de prototipado digital (Figma o Canva).

Para proceder con el análisis financiero se elaborará un plan económico-financiero a tres años, contemplando tres escenarios (optimista, neutro y pesimista), e incluyendo la estimación de inversiones iniciales, fuentes de financiación, previsión de ingresos, estructura de costes y flujos de caja (cash flow). Los cálculos financieros se realizarán

mediante Excel, y para las proyecciones y análisis de sensibilidad se aplicarán modelos de regresión lineal.

Para el plan estratégico se implementará un Cuadro de Mando Integral que permitirá medir el desempeño del proyecto desde cuatro perspectivas: financiera, del cliente, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento. Además, se elaborará una Matriz de Riesgos, en la que se identificarán y priorizarán las principales amenazas que podrían afectar a *bond&go*, junto con las estrategias de mitigación correspondientes.

Finalmente, en relación con las fuentes de información el desarrollo del trabajo se sustentará en fuentes primarias (encuestas a estudiantes, entrevistas y observaciones directas) y fuentes secundarias (informes institucionales, literatura académica y bases de datos como Google Scholar, Dialnet y organismos oficiales como SEPIE, Comisión Europea, Fundación CYD o ESN).

Los resultados obtenidos de las diferentes fases se integrarán en un modelo de negocio completo y validado, que servirá de base para la propuesta final de *bond&go* y sus futuras líneas de desarrollo.

4. ÍNDICE

1. Contextualización del Modelo de Negocio
 - 1.1 Movilidad internacional y el contexto Erasmus+
 - 1.2 Desafíos personales y sociales de la movilidad
 - 1.3 Digitalización y surgimiento *de bond&go*
2. Objetivos del Proyecto
 - 2.1 Objetivo general
 - 2.2 Objetivos específicos
3. Metodología de Investigación y Análisis
4. Plan Estratégico
 - 4.1. Misión
 - 4.2. Visión
 - 4.3. Valores
5. Modelo de Negocio: Business Model Canvas
6. Análisis del Entorno Interno y Externo
 - 6.1. Análisis Interno
 - 6.2. Análisis Externo
 - 6.2.1. Entorno General: PESTEL
 - 6.2.2. Entorno Específico: Cinco Fuerzas de Porter
 - 6.2.3. Análisis de la Competencia
 - 6.3. Análisis DAFO
 - 6.4. Estrategias CAME
7. Plan de Marketing
 - 7.1. Análisis de Mercado
 - 7.2. Segmentación y Perfil del Cliente
 - 7.2.1. Metodología de segmentación (modelo UTAUT2)
 - 7.2.2. Análisis empírico: encuesta y web scraping
 - 7.2.3. Clusters y perfiles de usuario
 - 7.3. Estrategia de Marketing Mix
 - 7.4. Indicadores de Seguimiento (KPI's)
8. Plan de Operaciones
 - 8.1. Diseño de la Aplicación
 - 8.2. Procesos Operativos

- 8.3. Recursos Necesarios
- 8.4. Indicadores de Desempeño (KPI's)
- 9. Marco y Forma Legal de la Empresa
- 10. Plan de Recursos Humanos
- 11. Plan Económico-Financiero
 - 11.1. Inversión Inicial
 - 11.2. Plan de Financiación
 - 11.3. Previsión de Resultados a Tres Años (Escenarios)
 - 11.4. Cash Flow a Tres Años
 - 11.5. Indicadores Financieros (KPI's)
- 12. Identificación y Gestión de Riesgos
- 13. Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard)
- 14. Conclusiones y Futuras Líneas de Desarrollo
- 15. Anexos
- 16. Bibliografía

5. BIBLIOGRAFÍA APLICADA A LA PROPUESTA

- Álvarez, P. (2022, 10 de junio). *Intención de uso y experiencia de los turistas con tecnologías y aplicaciones de turismo inteligente: una perspectiva UTAUT2*. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/29162/Intencion%20de%20uso%20y%20experiencia%20de%20los%20turistas%20con%20tecnologias%20y%20aplicaciones%20de%20turismo%20inteligente%20una%20perspectiva%20UTAUT2.pdf?sequence=1>
- Azizi, S. M., Roozbahani, N., & Khatony, A. (2020). *Factors affecting the acceptance of blended learning in medical education: Application of UTAUT2 model*. *BMC Medical Education*. <https://doi.org/10.1186/s12909-020-02302-2>
- CaixaBank Research. (2017, 18 de octubre). *El consumo en la era digital*. Recuperado de <https://www.caixabankresearch.com/es/economia-y-mercados/actividad-y-crecimiento/consumo-era-digital>
- Callau, J. (2024, 19 de septiembre). *La cara “B” del Erasmus*. Recuperado de <https://www.zgrados.com/cara-b-erasmus/>
- Comisión Europea. (2014, 22 de septiembre). *Estudio sobre el impacto de Erasmus: Constataciones principales*. Recuperado de http://sepie.es/doc/comunicacion/publicaciones/Estudio_Impacto_Erasmus_Espanol.pdf
- Comisión Europea. (2023, 30 de noviembre). *Informe Erasmus 2022*. Recuperado de http://sepie.es/doc/comunicacion/prensa/2023/ndp_informe_erasmus_2022.pdf
- Comisión Europea. (s.f.). *Erasmus to Erasmus+: History, funding and future*. Recuperado de <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/about-erasmus/history-funding-and-future>
- Comisión Europea. (s.f.). *Másteres conjuntos Erasmus Mundus*. Recuperado de <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/es/opportunities/opportunities-for-individuals/students/erasmus-mundus-joint-masters>
- Cosboo. (s.f.). *Los procesos de matching como clave para mejorar tu modelo de negocio: Una mirada a ARGO*. Recuperado de <https://www.cosboo.de/es/blog/procesos-de-matching-como-modelo-de-negocio.html>

- De Frutos, A. (2024, 31 de octubre). *Badi relanza su app con un sistema de matches al más puro estilo Tinder y mucha IA. Cinco Días*. Recuperado de <https://cincodias.elpais.com/smartlife/lifestyle/2024-10-31/badi-app-alquilar-habitacion-actualizacion.html>
- Epsiba Psicología. (2019, 21 de marzo). *Problemas de convivencia: Compartir piso*. Recuperado de <https://epsibapsicologia.es/problemas-de-convivencia-compartir-piso/>
- Erasmus Student Network (ESN). (2016). *ESNsurvey: Mucho más que una simple encuesta*. Recuperado de <https://www.esn-spain.org/ESNsurvey2016>
- Fundación CYD. (2024). *Informe CYD 2024 – Capítulo 4*. Recuperado de https://www.fundacioncyd.org/wp-content/uploads/2024/12/Capitulo-4_ICYD20224.pdf
- Hablamos de Europa. (2024, 9 de agosto). *37 años del programa Erasmus+*. Recuperado de <https://www.hablamosdeeuropa.es/es/Paginas/Noticias/37-a%C3%B1os-del-programa-Erasmus-.aspx>
- ICEX España Exportación e Inversiones. (s.f.). *Becas ICEX*. Recuperado de <https://www.icex.es/es/servicios/formacion-talento/becas-icex>
- INJUVE. (2006). *Jóvenes y Cultura Messenger*. Recuperado de <https://www.injuve.es/sites/default/files/culturamessenger.pdf>
- La Voz del Sur. (2024, 6 de octubre). *La Hispalense en una década: Más 'Erasmus' que nunca, pero el mismo sesgo por género en la elección de carreras*. Recuperado de https://www.lavozdelsur.es/actualidad/educacion/hispalense-en-decada-mas-erasmus-nunca-pero-mismo-sesgo-por-genero-en-eleccion-carreras_322435_102.html
- López, M. (2018). *Las habilidades sociales en el rendimiento académico en adolescentes*. [Archivo PDF]. Dialnet.
- MásMóvil. (2023, 16 de junio). *Las mejores apps para hacer amigos*. Recuperado de <https://blog.masmovil.es/las-mejores-apps-para-hacer-amigos/>
- Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. (2024, 9 de julio). *Diana Morant anuncia que más de 118.000 estudiantes y personal educativo en España se*

- beneficiarán del programa Erasmus+ 2024.* Recuperado de <https://www.ciencia.gob.es/Noticias/2024/Julio/erasmus-plus.html>
- Roomster. (s.f.). *Roomster – Rooms for rent.* Recuperado de <https://roomster.com/>
- Sánchez, B. (2019, 2 de julio). *Las empresas valoran la experiencia internacional como clave de empleabilidad.* *El País.* Recuperado de https://elpais.com/economia/2019/07/01/actualidad/1562002933_303480.html
- Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE). (2013). *Datos y cifras del programa Erasmus+.* Recuperado de <http://sepie.es/doc/comunicacion/publicaciones/datos-y-cifras-2804-web-ok.pdf>
- Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE). (2025, 24 de septiembre). *Valencia acoge las jornadas de movilidad internacional para universidades y enseñanzas artísticas superiores en Erasmus+.* Recuperado de http://sepie.es/doc/comunicacion/prensa/2025/ndp_ka131ka171_valencia.pdf
- Universidad de Granada. (2014). *Experiencias de movilidad internacional.* Recuperado de https://internacional.ugr.es/sites/vicerrectorados_files/vic_internacionalizacion2/public/ficheros/extendidas/2019-12/libro%20relatos_2014_compressed.pdf
- Vallejo, C. (2025, 8 de septiembre). *La búsqueda de habitación salta de los portales inmobiliarios a las redes sociales.* *Diario Sur.* Recuperado de <https://www.diariosur.es/malaga/busqueda-habitacion-salta-portales-inmobiliarios-redes-sociales-20250905003352-nt.html>
- Villasante, M. (2025, 4 de febrero). *Formación más internacional para un mercado laboral global.* *Metaempleo.* Recuperado de <https://www.metaempleo.com/formacion-internacional-empleabilidad/>
- We Are Social. (2025, 5 de febrero). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital.* Recuperado de <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>

6. FUTURAS FUENTES

Khder, M. A. (2021). *Web scraping or web crawling: state of art, techniques, approaches and application*. Int. J. Advance Soft Computing Applications. Recuperado de <https://doi.org/10.15849/IJASCA.211128.11>

Revista Universidad y Sociedad (2024, 30 de abril). *Matriz DAFO y análisis CAME, herramientas de control de gestión: caso de aplicación* Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202024000200034&script=sci_arttext&tlng=en

Vicedo, J. C., & Rodríguez, B. O. (2015, 26 de noviembre). *10 pasos para desarrollar un plan estratégico y un Business model canvas*. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5266035>