



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PLAN DE NEGOCIO Y VIABILIDAD FINANCIERA DE FINDMYROOMIE

Autor: Cristina de la Iglesia Gutiérrez
Tutor: María del Carmen Bada Olaran

MADRID | Marzo 2023

Resumen

En la actualidad son varios los jóvenes que tienen que independizarse en sus primeras etapas como adultos, teniendo la necesidad de tener que compartir una vivienda con otras personas con la misma situación. Algunos conocen de antemano a amigos o conocidos con los que poder comenzar esa nueva etapa, no obstante, son muchos los que empiezan ese camino solos. Es aquí donde muchos jóvenes se encuentran con el problema de tener que mudarse a un nuevo lugar con “desconocidos”, los cuales no saben si encajarán o no con sus necesidades y personalidades.

En este contexto surge FindMyRoomie, una plataforma web creada por cuatro estudiantes que han sufrido esta dificultad en sus vidas. La página web pretende ayudar a todos esos usuarios que deseen encontrar a alguien con preferencias y gustos similares mediante la creación de un perfil. Así es como, a través de diversos algoritmos de emparejamiento FindMyRoomie ayudará a todas aquellas personas que se registren a encontrar a alguien afín a ellos.

En el siguiente trabajo de fin de grado desarrolla en profundidad el modelo de negocio de FindMyRoomie, recorriendo aspectos como el contexto en el que se elabora o la propuesta de valor que ofrece. Por último, se expondrá el plan financiero ligado a la startup para poder analizar la viabilidad financiera del modelo.

Palabras clave: FindMyRoomie, compañero de piso, alquiler, página web, plan financiero, economía colaborativa.

Abstract

Nowadays, there are many young people who must become independent in their first stages as adults, having the need to share a house with other people in the same situation. Some of them know friends or acquaintances with whom they can start this new stage beforehand, however, there are many who start this journey alone. It is here where many young people encounter the problem of having to move to a new place with "strangers", who do not know whether they will fit in with their needs and personalities.

In this context FindMyRoomie comes in, a web platform created by four students who have experienced this difficulty in their lives. The website aims to help all those users who wish to find someone with similar preferences and tastes by creating a profile. This is how, through various matching algorithms FindMyRoomie will help all those people who register to find someone similar to themselves.

In the following thesis, the business model of FindMyRoomie is exposed in depth, covering aspects such as the context in which it is developed or the value proposition it offers. Finally, the financial plan linked to the startup will be presented to analyze the financial viability of the model.

Key words: FindMyRoomie, flatmate, rent, web page, financial plan, collaborative economy.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1	<i>INTRODUCCIÓN</i>	6
1.1	Interés del tema	6
1.2	Objetivos	8
1.3	Metodología	8
1.4	Estructura	9
2	<i>CONTEXTO DE LA EMPRESA</i>	10
2.1	Análisis del mercado.....	10
3	<i>DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO</i>	20
3.1	Descripción del problema y oportunidad	20
3.2	Funcionalidades de FindMyRoomie	21
3.3	Modelos de negocio.....	22
3.4	Misión, visión y valores de FindMyRoomie	23
3.5	Desarrollo de la plataforma web de FindMyRoomie	24
3.5.1	Search Engine Optimization	24
3.5.2	“Machine learning” y sistemas de recomendación	25
3.6	Propuesta de valor - Business Model Canvas.....	26
4	<i>PLAN FINANCIERO</i>	32
4.1	Inversión inicial.....	32
4.2	Fuentes de financiación	34
4.3	Estructura de ingresos	36
4.3.1	Suscripción <i>premium</i>	38
4.3.2	Entidades colaboradoras - universidades	40
4.3.3	Publicidad online.....	42
4.3.4	Anuncios de inmuebles	43
4.4	Estructura de costes.....	44
4.4.1	Costes fijos	45
4.4.2	Costes variables	45
4.5	Estados financieros	46
4.5.1	Cuenta de resultados	46
4.5.2	Balance de situación	48
4.5.3	Estados de flujo de efectivo	49
4.5.4	Análisis de sensibilidades.....	50
5	<i>CONCLUSIONES</i>	58
6	<i>REFERENCIAS</i>	62
7	<i>ANEXOS</i>	66

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Análisis de los competidores de FindMyRoomie</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 2: Inversión inicial requerida para FindMyRoomie.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 3: Estructura del patrimonio neto de FindMyRoomie</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 4: Fuentes de financiación de FindMyRoomie.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 5: Estimación de los usuarios y visitas</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 6: Análisis de los usuarios con cuentas premium</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 7: Estimación del mercado de las universidades</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 8: ingresos por Google AdSense</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 9: Ingresos por publicación de inmuebles</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 10: Resumen de los ingresos de FindMyRoomie</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 11: Estructura de costes de FindMyRoomie</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 12: Cuenta de Pérdidas y Ganancias de FindMyRoomie.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 13: Balance de situación de FindMyRoomie</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 14: Estado de flujos de efectivo de FindMyRoomie.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 15: Proyección de ingresos por anuncios publicitarios en el escenario optimista</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 16: Proyección de ingresos por cuentas Premium en el escenario optimista ...</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 17: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por universidades en el escenario optimista.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 18: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por anuncios de inmuebles en el escenario optimista.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 19: Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario optimista</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 20: Balance de situación del escenario optimista</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 21: Flujos de efectivo del escenario optimista</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 22: Proyección de ingresos por anuncios publicitarios en el escenario pesimista</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 23: Proyección de ingresos por cuentas Premium en el escenario pesimista ...</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 24: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por universidades en el escenario pesimista.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 25: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por anuncios de inmuebles en el escenario pesimista.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 26: Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario pesimista</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 27: Balance de situación del escenario pesimista</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 28: Flujos de efectivo del escenario pesimista</i>	<i>57</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Distribución de los asalariados por grupo de edad y tramo de salario mensual.</i>	<i>11</i>
<i>Figura 2: Precio del alquiler en España</i>	<i>12</i>
<i>Figura 3: Camas de residencias de estudiantes en España.....</i>	<i>13</i>
<i>Figura 4: Motivos por los que se opta por el alquiler de una habitación en piso compartido</i>	<i>15</i>
<i>Figura 5: Visualización del cuestionario de la aplicación</i>	<i>21</i>
<i>Figura 6: Modelos de negocio de FindMyRoomie.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 7: Logo de la marca FindMyRoomie</i>	<i>24</i>
<i>Figura 8: Business Model Canvas.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 9: Estimación de usuarios</i>	<i>38</i>
<i>Figura 10: Evolución de los Estados de Flujo de Efectivo en los tres escenarios.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 11: Evolución del Resultado del Ejercicio en los tres escenarios</i>	<i>61</i>

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Interés del tema

FindMyRoomie es una startup, llevada a cabo por cuatro estudiantes de ADE, Derecho y Relaciones Internacionales en el último curso de carrera, que nace con el objetivo de solucionar el problema con el que muchos estudiantes y trabajadores de edades tempranas se encuentran al independizarse: encontrar un compañero de piso acorde a sus intereses.

El proceso transitorio de abandonar la vivienda familiar y comenzar una nueva etapa de independencia es, sin lugar a duda, un acontecimiento clave en la vida de los jóvenes (Aasve et. Al., 2013). Este momento está marcado por una gran cantidad de cambios y eventos, como el comienzo de la etapa universitaria o el acceso al mercado laboral. Algunos realizan estas transiciones a una edad más temprana que otros, no obstante, la realidad es que todos terminan atravesando dicha fase en algún momento de su vida (Billarry y Liefbroer, 2010).

Según la encuesta continua de hogares llevada a cabo por el INE, en 2020 un 55% de los jóvenes de entre 25 y 29 convivía con sus padres, fruto de la subida de alquileres y la inflación que el país lleva experimentando en los últimos años (ECH, 2020). La realidad es que cada año un mayor número de jóvenes que quieren independizarse de los hogares parentales, tienen que recurrir a la búsqueda de compañeros de piso para poder hacer frente a los altos costes que implica la independencia a una temprana edad (Garijo Campos, 2022).

Aunque en un pasado este concepto no era tan popular, en las últimas décadas este “estilo de vida” ha comenzado a ganar relevancia, influenciado quizás por diferentes programas de televisión americanos, donde se mostraban los aspectos positivos de poder vivir día a día con personas que se convertirían en amigos (Clarck et al., 2018).

Se considera que los compañeros de piso ideales o deseados son aquellos que son similares a uno mismo en diferentes formas. Estas similitudes están más relacionadas con la personalidad, valores o moral de cada individuo, así como una edad similar, etnia o cultura. Diversos rituales como comer juntos o realizar actividades en común fuera y dentro del hogar pueden crear identidades colectivas. Todos estos aspectos favorecen a la

disminución de problemas relacionados con desajustes en cómo se deben realizar las cosas, así como evitar tensiones innecesarias en la convivencia (Clarck et al., 2018).

Muchos de estos jóvenes cuentan con la ventaja de conocer a amigos que se encuentran en la búsqueda de un compañero de piso, pudiendo iniciar este proceso juntos. No obstante, en ocasiones, los jóvenes que buscan independizarse tienen que hacerlo con personas de las que apenas conocen nada, situaciones que a veces provoca en estos ansiedad, estrés o desconfianza (Clarck et al., 2018).

Desde FindMyRoomie se busca cambiar esta situación, facilitando a aquellas personas que quieren encontrar a alguien con un perfil y unas características similares, una plataforma a la que poder acudir.

Para poder lograrlo, se desarrollará una página web donde, todos aquellos usuarios que deseen encontrar otras personas con necesidades parecidas, puedan crearse un perfil y encontrar una persona afín para poder comenzar juntos una nueva etapa como compañeros de piso. Para ello, se solicitará introducir una serie de características y preferencias para poder identificar otros usuarios que encajen con el perfil buscado.

La elección de FindMyRoomie como tema a desarrollar en el Trabajo de Fin de Grado se debe a varias razones. En primer lugar, el emprendimiento ha sido un tema de interés por una gran parte de los miembros del equipo. Desde hace unos años se ha participado en diversas competiciones y asociaciones de emprendimiento e innovación, por lo que este TFG era una forma de poder plasmar en un trabajo final todo lo aprendido en anteriores etapas.

Por otro lado, haciendo más referencia al ámbito personal, el problema que esta aplicación pretende resolver ha estado presente entre los participantes. Varios de los integrantes hemos experimentado el agobio de necesitar encontrar una persona con la que poder compartir piso, y tener miedo a escoger a alguien que no encaje finalmente con nosotros ha sido nuestra mayor preocupación. En su momento, no encontramos ninguna solución o alternativa como FindMyRoomie, por lo que, poniéndonos en el lugar de aquellas personas que tengan que llevar a cabo el mismo proceso que el nuestro, creemos que nuestra herramienta les sería de gran ayuda.

1.2 Objetivos

El presente trabajo busca estudiar la viabilidad financiera a la hora de llevar a cabo la creación de la startup “FindMyRoomie”, una aplicación que facilita a sus usuarios la tarea de encontrar un compañero de piso que encaje con su perfil. Para ello, este trabajo busca completar los siguientes objetivos:

- I) Realizar un análisis de mercado de aquellas aplicaciones que ofrecen a sus usuarios servicios similares a FindMyRoomie y también de aquellas empresas que ofrecen el servicio de alquiler de habitaciones pero que no cuentan con el servicio ofrecido por FindMyRoomie.
- II) Exponer el problema y las oportunidades que existen a través de la *startup*, así como analizar la propia idea, explorar sus diferentes modelos de negocio y las funcionalidades de la página web.
- III) Desarrollar un completo análisis financiero con el objetivo de descubrir la viabilidad de dicho proyecto.

1.3 Metodología

Para poder alcanzar los objetivos propuestos anteriormente, en el siguiente trabajo se realizarán principalmente una investigación comprendida en varias partes:

En primer lugar, un estudio de mercado que abarque la forma de empleo de aplicaciones con una funcionalidad similar a FindMyRoomie (conectar a personas) pero en otras áreas. Además, realizar un análisis de la proporción de personas que alquilan habitaciones en pisos compartidos en diferentes ciudades de España o los motivos que les llevan a hacerlo.

Tras el análisis de este mercado, se desarrollará en profundidad un Business Model Canvas. Gracias a esta herramienta, creada por Alex Osterwalder en el libro Business Model Generation, se puede ver de una forma más visual las diferentes

proposiciones de valor que describe una empresa. La plantilla está formada por nueve bloques que cubren aspectos como la estructura de costes, los ingresos, proposición de valor o canales, entre otros (Osterwalder, 2010).

Para poder entender el funcionamiento o las funcionalidades de FindMyRoomie, se desarrollará un “Mockup”, una representación del prototipo de página web que se emplearía, mostrándonos así una imagen visual que los clientes verían si utilizaran nuestro servicio. Para ello, se utilizará la herramienta Bubble, que permite crear de manera sencilla diferentes plantillas para utilizar más adelante en tu página web (Bubble, s.f).

Por último, se elaborará el análisis financiero de la propuesta de negocio a través de la estimación de la diferente información contable en comparación con otras empresas con modelos de negocio similares y teniendo también en cuenta las características únicas de “FindMyRoomie”.

Todos estos pasos plasmarán el desarrollo del plan de negocio que se ha ido llevando a cabo a lo largo del curso 2022-2023 para participar en el concurso Comillas Emprende, llevado a cabo por la Universidad Pontificia Comillas. Gracias a la herramienta puesta a disposición por el equipo, Adventurees, se han ido completando todos los pasos necesarios para la consecución de un proyecto de emprendimiento, siguiendo también la estructura del Panel Goldsmith.

1.4 Estructura

La estructura del modelo de negocio se llevará a cabo a través de la división de este en cuatro apartados, subdivididos en varios subcapítulos, y finalizando con una conclusión y un listado de las referencias bibliográficas empleadas en este.

En el primer apartado, se realizará una breve introducción del plan de negocio de la empresa FindMyRoomie, donde se explicará la finalidad y los orígenes que han llevado a la creación de dicha idea. A continuación, se introducirán los diferentes objetivos propuestos previos a la realización del trabajo, la metodología utilizada a lo largo del proyecto y un resumen de la estructura que el *Business Case* seguirá.

A continuación, en el segundo capítulo se realizará un análisis del mercado, identificando esas necesidades que no están cubiertas por otras empresas y detallando los principales competidores de FindMyRoomie. La idea es entender el alcance que FindMyRoomie podría tener en el mercado, el target al que iría dirigido o los posibles retos que otras empresas no han sido capaces de cubrir hasta el momento.

En el tercer capítulo se explicará exactamente en qué consiste FindMyRoomie, su misión, visión y valores, la idea de negocio, su función principal y las principales oportunidades. Además, se presentará un mockup de cómo sería su página web, así como las diferentes funciones que tendría para el usuario. Por último, se llevará a cabo el desarrollo de la propuesta de valor a través del Business Model Canvas.

En el cuarto apartado se desarrollará el plan financiero de FindMyRoomie, realizando una estimación de la inversión inicial, las diferentes fuentes de financiación, así como la estructura de costes e ingresos que tendría la startup. Por último, se elaborará una tabla con los principales informes financieros.

2 CONTEXTO DE LA EMPRESA

2.1 Análisis del mercado

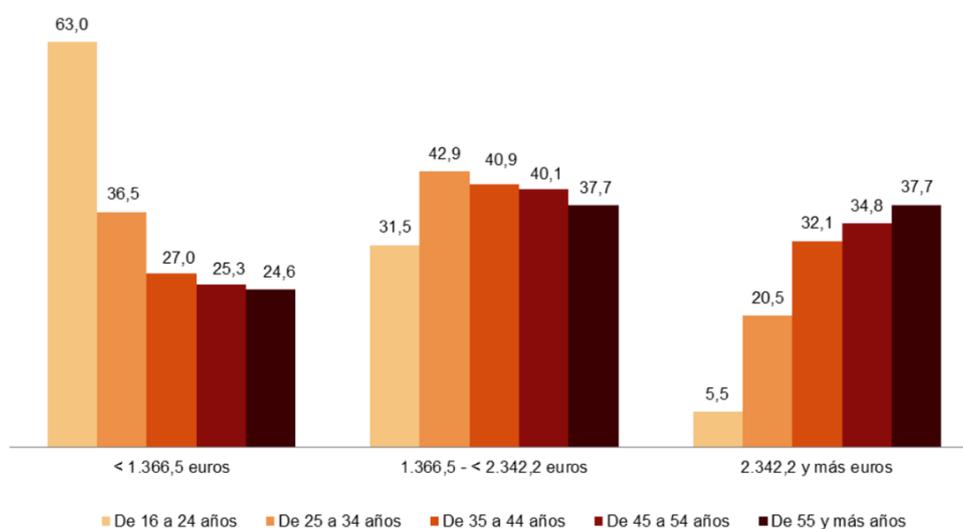
España se ha caracterizado en las últimas décadas por ser un país donde casi la mitad de los jóvenes continúan sus estudios con las correspondientes educaciones superiores una vez finalizan el bachillerato. En concreto, en el año 2021, se estimó que un 52,1% de las mujeres y un 41,1% de los hombres con aproximadamente 30 años disponían de una formación superior finaliza, niveles superiores a la media europea, que establecía un 47% y 36,3% respectivamente (INE, 2022).

A pesar de la alta tasa educativa que el país alberga, las condiciones laborales para los jóvenes son precarias, muy lejos de la media europea. Algunos de los indicadores clave que muestran esta precariedad son rasgos como la temporalidad de los empleos, la alta tasa de desempleo juvenil, o el alto porcentaje de tiempo parcial, que ha continuado incrementando a lo largo de los años (Santamaría López, 2018).

Sin embargo, el aspecto más crítico a la hora de entender esta precariedad son los bajos salarios, que no han continuado creciendo al mismo ritmo al que lo han hecho los tipos de interés o la inflación lo ha hecho. Según la encuesta de población activa llevada a cabo por el INE, los jóvenes que disponen de un empleo son los que concentran los salarios más bajos, recibiendo en 2021 un 63% de los jóvenes menores de 25 años salarios inferiores a 1.366,5€ (INE, 2021).

La siguiente gráfica elaborada por el INE, muestra más detalladamente la manera en la que se distribuyen en España los asalariados en función del grupo de edad al que pertenezcan y el salario mensual medio que reciban:

Figura 1: Distribución de los asalariados por grupo de edad y tramo de salario mensual.



Fuente: INE, 2021

A pesar de encontrarse los salarios a unos niveles bastante bajos, la realidad es que otros bienes y necesidades de primera mano continúan encareciéndose cada vez más. En concreto, el mercado de la vivienda de alquiler es un claro ejemplo de esta realidad. Dado que para los jóvenes es impensable recurrir a una hipoteca a edades tempranas, aquellos que pueden permitírselo recurren a alquileres como medio para disponer de una vivienda (Dickerson, 2016).

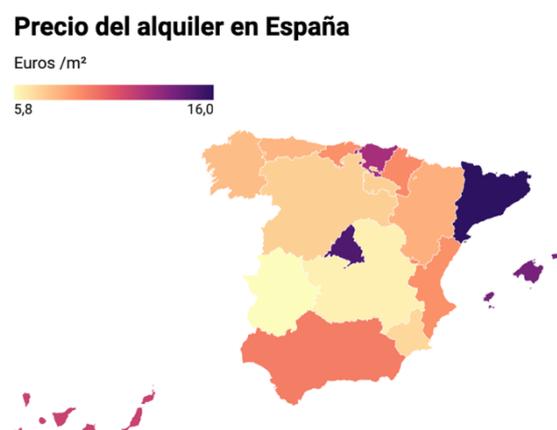
Es importante recalcar que sólo son algunos los que realizan este movimiento: estas complejas condiciones para todos aquellos que acaban de salir al mercado, producen la necesidad de continuar conviviendo con sus padres en los años siguientes a su inserción en el mundo laboral. Mientras que hace 10 años el porcentaje de jóvenes de entre 25-29 años que continuaban conviviendo con sus padres era de un 48,5%, en 2020 se llegó a superar el 55%. Se prevé que dicha cifra continúe aumentando dado los periodos de recesión que la economía española está experimentando (EP Data, 2021).

En estos momentos el sector inmobiliario de arrendamiento de viviendas se encuentra en una situación donde existe una alta demanda, pero una baja oferta. El año pasado, el portal inmobiliario Idealista registró unos precios de alquileres récord en la historia, llegando a incrementarse hasta un 8,4% interanual (Economía Digital, 2023).

En el territorio español, Barcelona lideró esas subidas de alquiler, estimándose el precio en 19,3€ por cada metro cuadrado al mes. Esta cifra fue seguida de San Sebastián con 16,3€ y continuada por Madrid con 16,2€ (Economía Digital, 2023).

El siguiente mapa refleja un resumen del precio por metro cuadrado en función de la comunidad autónoma en la que se encuentre. Los datos, extraídos de Idealista, nos ayudan a entender cuáles fueron las comunidades autónomas con los precios más altos. (Bankinter, 2023).

Figura 2: Precio del alquiler en España



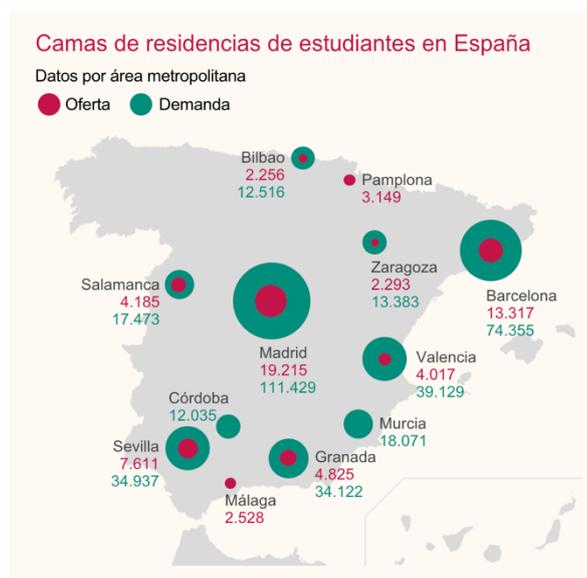
Fuente: Bankinter, 2023

Ligado a esto, surge en España un nicho de personas que, debido a las dificultades de poder permitirse un arrendamiento individual, residen en un hogar con personas con las que no tienen un núcleo familiar común. Según la encuesta continua de hogares (ECH), que el INE realiza cada año, en 2020 hubo un total de 566.300 hogares en España en los que residían personas que no formaban ningún núcleo familiar entre sí. Dicha cifra no ha hecho más que crecer en los últimos tiempos. Comparándolo con 2018, esta cifra se vio incrementada un 5,01%, lo cual muestra la popularidad que está ganando esta forma de independencia (INE, 2020).

Una de las alternativas que se ofrecen a los jóvenes que abandonan el hogar por primera vez son las residencias de estudiantes. Este tipo de alojamientos ofrece un sinfín de ventajas como la posibilidad de conocer a personas que se encuentran en la misma etapa, una serie de facilidades al alcance, el ahorro de tiempo en la elaboración de tareas del hogar, o el disfrute de unas instalaciones completas. No obstante, este tipo de alojamientos traen también consigo una serie de aspectos negativos (Tamayo, 2023).

En primer lugar, la realidad es que la demanda de este tipo de servicios no llega a ser cubierta en ningún punto del país por el número de camas que hay a disposición en estos complejos. En el siguiente mapa se puede vislumbrar con claridad cómo en ciudades como Madrid, las residencias sólo logran cubrir un 17,2% de la demanda total (Tamayo, 2023).

Figura 3: Camas de residencias de estudiantes en España



Fuente: Tamayo, 2023

Ligado a ello, no se puede olvidar un inconveniente que hace que muchos jóvenes no elijan este tipo de alojamientos como residencia durante los primeros años de independencia. El precio de las habitaciones en residencias universitarias puede llegar a costar hasta un total de 1780€, precio que supera con creces el presupuesto de un alquiler compartido con más estudiantes (Tamayo, 2023).

Todos estos aspectos no dejan de favorecer esa tendencia de crecimiento de los alquileres compartidos o de la creación de lo que se conoce como “*coliving*”, una forma de economía colaborativa donde se comparten los espacios comunes de la vivienda (Tamayo, 2023).

En concreto, en 2022, Madrid fue considerada la segunda ciudad en Europa con una mayor inversión en vivienda compartida, llegando a ser el total de esta inversión de 1.400 millones de euros. Barcelona no se queda atrás, ocupando también el séptimo puesto con un total de 900 millones de euros (Regidor, 2023).

Este aumento de demanda no deja de estar influenciada también por la tendencia de los estudiantes internacionales de demandar este tipo de alojamientos. En concreto, en 2021, fueron 91.555 estudiantes los que escogieron España como lugar para cursar sus estudios universitarios. Al final, una cifra alta de estos jóvenes termina escogiendo este tipo de viviendas al ser un método sencillo y útil para conocer nuevas personas. (Gobierno de España, 2021).

Entendiendo este contexto, es de especial relevancia analizar el perfil de las personas que residen en alquileres compartidos en España. Antes de la llegada del coronavirus, un 68% de las personas que buscaban habitación en piso compartido era femenino. Por otro lado, el 73% de los demandantes de este servicio se encontraban en un tramo de edad de entre 18 y 34 años. No obstante, este rango de edad se ha visto modificado en los últimos años, llegando a un total de un 8% de adultos entre 45 y 54 años que demandaban habitaciones (Fotocasa, 2020).

El estado civil de este tipo de inquilinos era principalmente soltero, encontrándose en este estado siete de cada diez demandantes. La media de edad era de unos 31 años, y

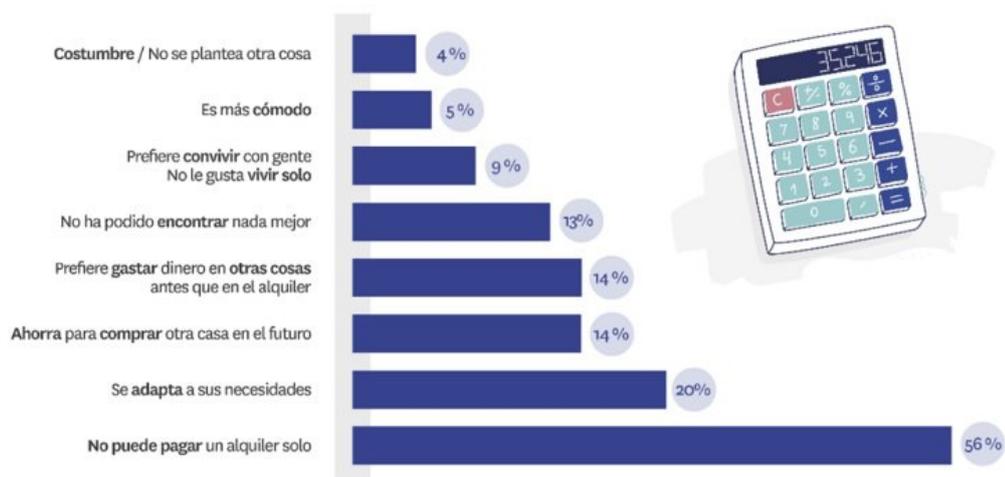
otros perfiles en creciente aumento es el de separados y divorciados, pertenecientes al segmento de 45 a 54 años (Fotocasa, 2020).

Además de todo esto, se ha estimado que, entre todos aquellos que buscan habitación compartida, un 33% venía de residir con sus padres, y otro 34% ya compartía piso con otros miembros no pertenecientes a la unidad familiar, es decir, aquellos que buscan repetir la experiencia. Ligado a esto, un 30% terminaba alquilando una vivienda en una localidad distinta a la que residían antes (Fotocasa, 2020).

Aunque el motivo económico es el que más terreno gana a la hora de escoger este modelo de vivienda, existen otras razones por las cuales los individuos se ven motivados para buscar una habitación compartida. A continuación, en la siguiente imagen, se recogen los resultados obtenidos por la plataforma Fotocasa en base al mercado español en el 2020, siendo fundamental destacar ese 9% de usuarios que buscan convivir con más personas por preferencia o gusto. Otros resultados importantes son ese 56% de la población que no puede permitirse pagar un alquiler solo o el 5%, que considera que es más cómodo (Fotocasa, 2020).

Figura 4: Motivos por los que se opta por el alquiler de una habitación en piso

¿Por qué motivos opta por el alquiler de una habitación en piso compartido?



compartido

Fuente: Fotocasa, 2020

2.2 Análisis del sector, competidores y necesidades no cubiertas

El análisis anterior es muy relevante para poder comprender en qué momento se encuentra el país en relación con la vivienda y las condiciones ligadas a ello. Es indudable que el mercado de la vivienda tradicional se está reconfigurando. Estos altos precios y la necesidad de nuevas soluciones están fomentando además la creación de nuevas generaciones de inquilinos, siendo de especial relevancia la vivienda compartida. En el siglo XXI se está empezando a observar una tendencia cada vez mayor de compartir hogar durante un periodo más largo de tiempo, así como una mayor horquilla de edad (Maalsen, 2018).

Aunque cada vez más estos hogares compartidos están más digitalizados a través de plataformas de vivienda en línea y tecnologías dentro del hogar, la realidad es que todavía existe una escasa literatura en torno a cómo lo digital reconfigura las relaciones espaciales. La vivienda compartida tiene una vida mucho más larga que la regulada por las leyes de arrendamiento o las relaciones entre arrendatarios (Maalsen, 2018).

No obstante, es importante definir a qué se hace referencia con la digitalización del hogar compartido. Este término, recogido en el estudio de Maalsen, se enfoca en unir la intermediación entre una vivienda y un hogar en línea a través de plataformas digitales. A pesar de existir un sinnúmero de aplicaciones que intentan facilitar la convivencia entre miembros que cohabitan en un mismo hogar, para gestionar diferentes acciones tanto dentro como fuera del hogar, apenas existen empresas que comiencen por el principio del todo: la selección de los miembros del hogar (Maalsen, 2018).

Es cierto que existen un sinnúmero de páginas webs o agencias encargadas de facilitar la misión de poder encontrar un alojamiento en un piso compartido de alquiler, no obstante, en el mercado español no existe ninguna aplicación o servidor que se enfoque en la forma que FindMyRoomie busca operar.

Para entender la diferenciación que FindMyRoomie, es importante analizar los competidores principales que la plataforma tiene, con sus principales características, su forma de diferenciación y el *target* al que se dirigen.

Idealista, *Spotahome* y *Uniplaces* son ejemplos de competidores indirectos para FindMyRoomie. Ambas plataformas son intermediarias entre los usuarios que necesitan encontrar una vivienda y los que quieren venderla o alquilarla. Dentro de este servicio, incluyen la posibilidad de alquilar habitaciones individuales, lo cual sería una solución diferente a la de FindMyRoomie (Benítez Cullerés, 2018).

Los aspectos positivos de dichas entidades son, en primer lugar, el alcance global que ambas tienen. En el caso de *Idealista*, consigue llegar a 43 millones de usuarios al mes, encontrándose pues en el primer lugar del ranking de portales inmobiliarios. Su tecnología es también un plus, al tener la posibilidad de gestionar el tráfico de una gran cantidad de usuarios a la vez. Por otro lado, su modelo de negocio, basado principalmente en la comercialización de los datos de usuarios que utilizan *Idealista*, lo que hace que estas plataformas sean interesantes no solo para sus usuarios sino también para esas empresas interesadas en dichos datos (Benítez Cullerés, 2018).

La diferenciación con respecto a FindMyRoomie es clara: mientras que *Idealista* y *Spotahome* te ofrecen una habitación en la que poder entrar a vivir en el momento que lo desees, dicha web no te ofrece la posibilidad de conocer el perfil del usuario que alquila dicha habitación. *Uniplaces* consigue ir más allá ofreciendo en algunos casos características del perfil que se busca, no obstante, estas son muy escasas y no se dan en todos los casos.

Puede resultar más cómodo a corto plazo tener que escoger solamente la habitación, no obstante, los motivos explicados anteriormente ponen de manifiesto los aspectos positivos de compartir un alquiler con alguien afín a tu personalidad. FindMyRoomie va más allá y facilita dicha situación dando la posibilidad de encontrar un perfil similar al tuyo para luego más tarde acudir a plataformas como estas y buscar un piso acorde a las preferencias y necesidades de ambos. Es aquí donde *Idealista* o *Uniplaces* podrían pasar a ser dos aliados en lugar de competidores.

El segundo competidor escogido sería *Erasmusu*. La web, que nació con el objetivo de ser un punto de unión entre estudiantes internacionales, se ha convertido en un portal donde diferentes usuarios, principalmente de Europa, escriben posts. Entre los principales temas que se tratan en la web, destaca la búsqueda de compañeros para poder compartir alojamiento durante el Erasmus (Gómez, 2011).

La web ha tenido aspectos muy positivos a lo largo de estos años. Como bien explicaba uno de los fundadores en su blog, el alcance que dicha empresa ha conseguido crear ha sido muy destacable, llegando a incorporar a su sistema a otros competidores del sector. No obstante, los aspectos negativos son destacables también: la tecnología no logra ser la más atractiva para el usuario, y la forma en la que los estudiantes buscan alojamiento o compañero de piso es bastante desordenada y compleja a la hora de filtrar (López, 2015).

Es aquí donde FindMyRoomie consigue solucionar dicho problema, ofreciendo una solución a dichas deficiencias. Mientras que *Erasmusu* dispone de unos filtros limitados, y su forma de funcionamiento es a través de blogs donde los usuarios publican y comentan las diferentes entradas de los usuarios, FindMyRoomie ofrece una búsqueda más ordenada e inteligente. Por otro lado, este servicio sería un plus para la aplicación, que lograría satisfacer las necesidades de un nicho de mercado en pleno auge que apenas tiene opciones. Como bien se ha expuesto con anterioridad, 91.555 estudiantes acudieron a España el año pasado para realizar sus estudios universitarios en el país (Gobierno de España, 2021).

Como el propio ministro de universidades Joan Subirats reconocía, una gran cantidad de estudiantes sufren dificultades cada año para poder encontrar alojamiento en su estancia Erasmus en España (Ortega, 2022). El hecho de poder acceder a una web como FindMyRoomie ayudaría a todos estos estudiantes internacionales a poder encontrar otros perfiles con necesidades similares.

Además, la posibilidad de poder compartir alojamiento con estudiantes locales de la región sería una oportunidad para los estudiantes Erasmus de entablar relaciones y recibir ayuda a la hora de alquilar una vivienda. Las propias universidades podrían ofrecer el uso de estas plataformas como un valor añadido para sus estudiantes.

Por último, pero no menos relevante, es necesario analizar la propuesta de valor de *Badi*. Dicha startup española es, sin lugar a duda, el principal competidor de FindMyRoomie. La empresa tiene la finalidad de conectar a los usuarios que disponen de habitaciones libres con aquellos que necesitan encontrar un cuarto y también un compañero de piso. *Badi* cuenta como fortalezas la visibilidad que ha alcanzado, habiendo logrado captar 45 millones de euros de financiación, así como la posibilidad de haberse internacionalizado en otras capitales europeas (El País Retina, 2019).

Además, ofrece la posibilidad de conectar con usuarios con características similares para encontrar un compañero de piso afín a las necesidades y gustos de la persona (Badi, s.f). Aunque el modelo de negocio puede parecer ser el mismo, en FindMyRoomie existe una principal diferencia que puede aportar valor de una forma diferente al usuario final.

Mientras que *Badi* ofrece conectar a personas que disponen de una habitación con otras que encajen con su perfil, FindMyRoomie comienza su cadena un paso antes. En *Badi*, existe una posibilidad de que el perfil de un usuario conecte con tus preferencias pero que la habitación que oferta no lo haga. Desde FindMyRoomie el usuario puede encontrar un perfil que le interese y luego juntos comenzar un proceso compartido de búsqueda de vivienda. Porque FindMyRoomie busca crear una comunidad, una amistad que vaya más allá de unas rentas compartidas y normas, y alterando el orden del proceso consigue diferenciarse de *Badi* en este aspecto.

Para poder resumir todo lo expuesto anteriormente, se ha elaborado una tabla que muestra diferentes atributos que engloban a todos los competidores y los clasifica en 4 niveles diferentes (bien-medio-bajo-muy bajo). La clasificación se ha elaborado tras el análisis de los diferentes comentarios y puntuaciones de sus usuarios recogidos en la página web *Trustpilot* (Trustpilot, s.f).

Tabla 1: Análisis de los competidores de FindMyRoomie

Empresa	Tecnología	Servicio	Manejo Web	Alcance	Número usuarios	Presencia en redes
1. <i>Idealista, Uniplaces</i>	Muy Bien	Bien	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien
2. <i>Erasmusu</i>	Bajo	Bien	Bajo	Bien	Bien	Medio
3. <i>Badi</i>	Bien	Bien	Muy Bien	Bien	Medio	Medio

Muy Bien
 Bien
 Medio
 Bajo

Fuente: elaboración propia

3 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

3.1 Descripción del problema y oportunidad

Como se ha podido detallar más profundamente en el capítulo anterior, en estos momentos existen una gran cantidad de empresas, aplicaciones, plataformas... que ayudan a los usuarios con lo relacionado con el alquiler de pisos compartidos. Tenemos a nuestra disposición las inmobiliarias tradicionales que ayudan a sus clientes a encontrar la vivienda que mejor se adapta a las necesidades de cada persona. También existen aplicaciones como *Spotahome* o *Idealista*, que van más allá y dan la posibilidad de alquilar una sola habitación en un piso compartido.

Otra de las plataformas existentes es *Erasmusu*, que ofrece un servicio muy similar al de *FindMyRoomie*. No obstante, su funcionamiento puede ser menos profesional y está destinado a un *target* más específico, con un perfil muy concreto de usuario. Por último, es importante destacar la creación de *Badi*, un Marketplace de habitaciones publicadas por clientes donde los usuarios detallan ciertas características del resto de personas que conviven en esa vivienda ofertada en la web.

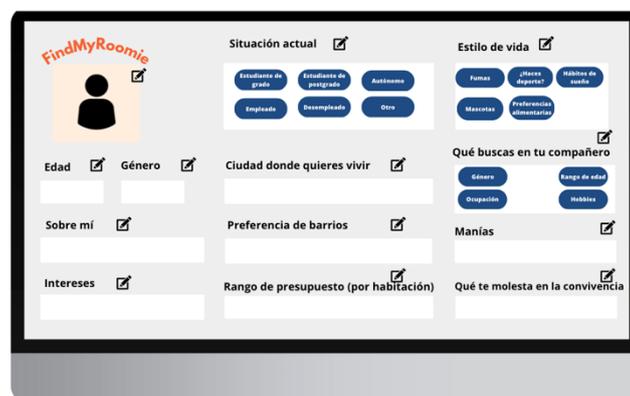
En resumen, todas estas empresas ofrecen a sus usuarios o la posibilidad de encontrar una habitación privada, pero sin conocer nada acerca de los futuros cohabitantes de ese lugar, o la posibilidad de saber un poco más acerca de las personas que viven en el alojamiento ya ofertado y determinado en la plataforma. Al final, con los competidores, el usuario puede encajar en su interés por la vivienda, pero no por los compañeros de piso; o, al contrario, encontrar unos compañeros que parecen ser la mejor opción, pero que disponen de una habitación que por los motivos que sean, no encaje con tus necesidades, presupuesto, localización...

FindMyRoomie va mucho más allá, buscando ofrecer al mercado una nueva opción de alquiler de piso compartido que no se ha ofrecido con anterioridad a los usuarios. Esta web, ofrece la oportunidad para que, desde cero, los usuarios con las mismas necesidades encajen en un primer lugar y coincidan en cuanto a necesidades y objetivos, para que luego juntos inicien esta etapa buscando conjuntamente un piso que se adapte a las necesidades de ambos.

3.2 Funcionalidades de FindMyRoomie

El funcionamiento de web sería el siguiente: los usuarios deberán registrarse en la web, donde deberán rellenar un cuestionario acerca de su perfil. Entre las preguntas planteadas deberán contestar aspectos como su edad, presupuesto, aficiones, estilo de vida... A continuación, se muestra un prototipo de cómo sería dicha página de registro y las diferentes preguntas que se plantearían:

Figura 5: Visualización del cuestionario de la aplicación



El prototipo muestra una interfaz de usuario para el cuestionario de FindMyRoomie. La página está organizada en secciones con botones de selección y campos de entrada de texto. Las secciones incluyen:

- Situación actual:** Botones para 'Estudiante de grado', 'Estudiante de posgrado', 'Autónomo', 'Empleado', 'Desempleado' y 'Otro'.
- Estilo de vida:** Botones para 'Fumar', '¿Tiene pareja?', '¿Hobbies de sufre?', 'Mascotas' y 'Preferencias alimentarias'.
- Edad y Género:** Campos de entrada para 'Edad' y 'Género'.
- Ciudad donde quieres vivir:** Campo de entrada para 'Ciudad donde quieres vivir'.
- Qué buscas en tu compañero:** Botones para 'Género', 'Rango de edad', 'Ocupación' y 'Hobbies'.
- Sobre mí:** Campo de entrada para 'Sobre mí'.
- Preferencia de barrios:** Campo de entrada para 'Preferencia de barrios'.
- Manías:** Campo de entrada para 'Manías'.
- Intereses:** Campo de entrada para 'Intereses'.
- Rango de presupuesto (por habitación):** Campo de entrada para 'Rango de presupuesto (por habitación)'.
- Qué te molesta en la convivencia:** Campo de entrada para 'Qué te molesta en la convivencia'.

Fuente: elaboración propia

Una vez creado ese perfil, los usuarios tendrían a su disposición la visualización de diferentes perfiles que cumplieran sus criterios de búsqueda de piso, por ejemplo, la ciudad donde quisieran vivir, el rango de edad, el género de la persona con la que quisieran convivir... En cada perfil tendrían dos símbolos claves, el del corazón, para marcar que les interesa esa persona, o el de la cruz, para descartarlo. Si dos personas han indicado que “se gustan”, es entonces cuando se produce el famoso “match”, pudiendo entonces comenzar una conversación en el chat.

3.3 Modelos de negocio

La empresa contaría con tres modelos de negocios básicos: *FindMyRoomie basic*, *FindMyRoomie premium* y *FindMyRoomie for universities*.

El primer modelo sería una suscripción gratuita, donde los usuarios podrían crearse una cuenta, registrar su perfil y comenzar a buscar a su compañero de piso ideal. Como limitaciones, no podrían enviar mensajes a los usuarios con los que no hubieran hecho “match”, es decir, que no le hubieran dado “me gusta” al perfil indicado. Además, la web contaría con anuncios publicitarios en diferentes lugares de la página. Por último, tendrían un límite de dar “me gusta” a 30 usuarios por día.

El segundo modelo, *FindMyRoomie Premium*, supondría una suscripción única de 3€, donde los usuarios tendrían diferentes beneficios como la omisión de anuncios publicitarios, la posibilidad de dar “me gusta” a un número ilimitado de perfiles o la opción de poder enviar mensajes a aquellas personas con las que todavía no se ha hecho “match”.

Por último, entraría en juego el modelo *FindMyRoomie for universities*, una opción ofertada a las universidades españolas, que podrían ofrecer dicho servicio a sus alumnos tanto locales como de intercambio, siendo esto una opción distintiva y valorada por los propios alumnos. Este servicio tendría una tarifa anual de 2.000€ a cada universidad, y les ofrecería diferentes ventajas como el ofrecimiento de la cuota premium a todos sus alumnos, una comunidad más individualizada donde apareciesen sólo estudiantes pertenecientes a esa universidad, y, con el objetivo de no limitar en gran cantidad, otra comunidad donde estuviesen presentes los perfiles de usuarios de universidades adscritas

a *FindMyRoomie for universities*. Dicho servicio será desarrollado con mayor detalle en los siguientes apartados.

A continuación, se muestra un resumen de los tres modelos de negocio llevados a cabo por FindMyRoomie:

Figura 6: Modelos de negocio de FindMyRoomie



Fuente: elaboración propia

3.4 Misión, visión y valores de FindMyRoomie

Como se ha explicado con anterioridad, FindMyRoomie es una web destinada a aquellos jóvenes entre 17 y 30 años que necesitan encontrar un compañero con el que poder compartir algo más que una renta de alquiler. La web cuenta con una serie de valores, así como una misión y visión propia:

Nuestra visión es conseguir vivir en un mundo en el que las historias de compartir piso con un desconocido no sean de miedo.

Nuestra misión es “ayudarte a encontrar el compañero de piso más compatible contigo”.

Por último, nuestros valores son la confianza, la amistad, la unión, la seguridad y por último, la comunidad.

Como resultado de todas las ideas que abarca FindMyRoomie, se ha diseñado el siguiente logo corporativo.

Figura 7: Logo de la marca FindMyRoomie



Fuente: elaboración propia

3.5 Desarrollo de la plataforma web de FindMyRoomie

Uno de los aspectos más importantes a la hora de diferenciación con respecto a los posibles competidores es la elaboración de una página web que sea atractiva para el usuario, pero también sencilla a la hora de utilizarla. Para ello, se ha recurrido a la herramienta *Bubble*, una aplicación web que permite crear páginas web desde cero. El aspecto de la página web se puede ver en el Anexo 1, donde se contemplan diferentes capturas del inicio de la página, así como los apartados a la hora de ir avanzando.

3.5.1 Search Engine Optimization

A la hora de poder dar una mayor visibilidad a la página web, se podrían utilizar diferentes técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*), las cuales ayudarían a posicionar la página web entre los resultados de búsqueda de motores. Para ello se deberían llevar a cabo diferentes estrategias. Existen dos principales diferencias dentro de las técnicas de SEO, existiendo el posicionamiento pagado y el orgánico (Digital Marketing Institute, 2019).

Buscando reducir los costes en estos primeros cinco años, FindMyRoomie se centraría solamente en el SEO orgánico. La optimización de búsqueda está dispuesta de tres pilares básicos: optimización técnica, optimización en la página y, por último, la optimización fuera de página. Pudiendo controlar estos aspectos a través una página web que genere al usuario una experiencia única y agradable se favorecería el posicionamiento en los diferentes buscadores (Digital Marketing Institute, 2019).

Un aspecto relevante dentro del posicionamiento orgánico es la elección de las palabras clave más adecuadas. Estos motores de búsqueda las utilizan para definir si una página web es más relevante que otra con respecto a la consulta de búsqueda específica. A través de la herramienta Planificador de “Palabras Clave de Google” se puede descubrir cuáles son las que tienen un mayor rango de búsquedas y una mayor o menos competitividad. Para el caso de FindMyRoomie, se incorporaría a la página web palabras como “buscar compañero de piso”, “alquiler de piso”, “estudiante universitario”, o “compartir alquiler”, por ser estas las que tienen un promedio de búsquedas de entre mil y cien mil al mes (Google Ads, 2023).

3.5.2 “*Machine learning*” y sistemas de recomendación

La diferenciación principal de FindMyRoomie consiste en incorporar a la página web tecnología de algoritmos de recomendación. Este tipo de tecnología funciona con el aprendizaje automático de la minería de datos, lo que se conoce como “*machine learning*”. Los sistemas de recomendación son aquellos programas inteligentes que consiguen enlazar a un usuario con un producto o servicio, de forma personalizada, es decir, que se adapte a sus gustos y necesidades. Estos sistemas funcionan con la búsqueda de dependencias y relaciones que existan entre los usuarios sobre ese producto, realizando con esto predicciones acerca de sus posibles intereses (Na8, 2019).

Existen tres tipos de estrategias o motores para poder crear sistemas de recomendación. Comenzando por la estrategia “*popularity*”, esta recomienda en función de la popularidad del producto (en este caso un perfil de un usuario), sin personalización, lo que hace que sea sencillo de incorporar. Este tipo podría ser incorporado dentro de nuestra tecnología para aquellos perfiles con un mayor “éxito”, o mayor interacción en la aplicación web. Por otro lado, se encuentra el “*content-based*”, donde a partir de

productos visitados por la persona, la tecnología intenta predecir qué necesita, ofreciendo productos o servicios similares. Este acercamiento sería el que mejor encajaría a la hora de poder encontrar perfiles similares con los que el usuario pueda interactuar (Na8, 2019).

Por último, pero no menos importante, el “colaborative”, sería uno de los más innovadores ya que va más allá del “content-based”, utilizando información de una gran cantidad de personas y aprendiendo de esas preferencias para luego, ofrecer de una forma más individualizada opciones similares (Na8, 2019). En base a las pautas seguidas por otros usuarios en base a su perfil y a las preferencias que luego han ido siguiendo, FindMyRoomie realizará un encaje similar consiguiendo mejorar así la experiencia del usuario.

3.6 Propuesta de valor - Business Model Canvas

A la hora de poder analizar de una manera dinámica y visual, el Business Model Canvas, diseñado por Osterwalder y Pigneur pasa a ser una herramienta ideal para agregar valor a la idea de negocio. Estructurado en nueve apartados, se podrá entender la propuesta de valor de FindMyRoomie, a quién va dirigido o su funcionamiento, entre otros aspectos (Osterwalder, Pigneur, 2010).

Propuesta de valor

FindMyRoomie ofrece a los usuarios la posibilidad de encontrar un compañero de piso en línea con sus preferencias para que juntos puedan encontrar un hogar que se adapte a las necesidades de ambos. Es aquí donde se diferencia de sus competidores al enfatizar la posibilidad de crear desde cero una relación de convivencia para que, luego, ambas partes se involucren en encontrar un lugar que pasará a ser su “hogar” por un periodo de tiempo.

A partir del segundo año de funcionamiento, los usuarios emparejados por la aplicación podrían elegir entre los diferentes pisos promocionados por los arrendadores, pudiendo realizar en un mismo lugar los diferentes pasos en el proceso de compartir una vivienda. Esta incorporación sería más tardía que la actividad principal ya que el objetivo es crear una comunidad en un inicio, para que una vez establecida la marca los

arrendadores que deseen anunciar sus pisos en la web encuentren un valor añadido diferente al de los competidores, y esto sería difícil de lograr en los inicios de la *startup*.

La proposición de valor es clara, pero los pasos para hacerlo aún más:

Buscar compañero de piso es una tarea muy difícil. FindMyRoomie te ahorra tiempo, dinero y disgustos. ¿Cómo? Es muy sencillo. A través de 3 pasos:

1. Descarga la app de FindMyRoomie
2. Crea tu perfil. Cuéntanos qué haces, ¿estudias?, ¿trabajas?, ¿hobbies?, ¿manías?, etc.
3. Explora tus posibles compis y selecciona a quien más se ajuste a tus preferencias.

Si es recíproco, ¡ya tienes compañero de piso!

Encontrar a tu compañero de piso ideal nunca había sido tan fácil.

Actividades clave

La principal actividad de la plataforma sería facilitar al usuario encontrar un compañero de piso con el que vivir, que encaje con sus preferencias, gustos o necesidades.

Como actividades secundarias que se desarrollarían en un escenario futuro, se incorporaría la posibilidad de ofrecer diferentes carteras de pisos a la comunidad ya creada y establecida con anterioridad.

Recursos clave

La página web sería el recurso principal a través del cual se realizaría nuestra proposición de valor, que pondría al alcance nuestros servicios. Por otro lado, la herramienta de *machine learning* que utilizaría esta página web sería nuestro recurso para poder llevar a cabo nuestra misión, encontrar al compañero de piso que mejor encaje con el usuario.

Para finalizar, la imagen de marca a través de diferentes acciones de marketing sería la forma de hacernos diferenciar de otros competidores que ofrecen servicios similares a los nuestros, y el equipo, clave para poder desarrollar dicha idea.

Partners clave

Los aliados clave de FindMyRoomie serían, en primer lugar, todas aquellas empresas anunciantes, es decir, aquellas compañías que utilizarán la aplicación como medio para anunciarse. Para ello, el servicio de Google AdSense escoge los anuncios en función de las búsquedas recientes de los usuarios, por lo que el contenido mostrado en la web variaría en función del perfil de dicho usuario.

En segundo lugar, estarían los embajadores de marca, los cuales tendrían como misión difundir la imagen de FindMyRoomie en diferentes entornos para conseguir llegar a un mayor número de usuarios. Estos podrían ser perfiles que ya hayan utilizado la web en un pasado, así como *influencers* incluidos en el presupuesto de marketing, que ayudarían a promocionar y dar una mayor visibilidad.

Por otro lado, se encontrarían todas aquellas universidades que formasen parte de la red *FindMyRoomie for universities*, que serían clientes, pero a su vez aliados, al ser un agente clave a través del cual poder llegar a un mayor número de usuarios. Por último, todos aquellos arrendadores que, a partir del año dos, escogiesen la plataforma para anunciar sus viviendas a alquilar.

Relación con los clientes

La atención al cliente sería muy sencilla y básica. Por un lado, se permitiría la opción de reportar el perfil de aquellos usuarios que infrinjan las normas comunitarias. Ejemplos de estas serían el respeto mutuo, perfiles reales, la protección de datos personales o el cumplimiento de la ley. Además, se pondrá a disposición un email con el que poder ponerse en contacto con el equipo de FindMyRoomie en caso de que hubiera algún problema. La página web contará a su vez con un desarrollo tecnológico que incorporará sistemas de seguridad de datos, poniendo al usuario como centro y protegiendo su perfil.

Segmento de clientes

La aplicación estaría dirigida a estudiantes y trabajadores de una edad comprendida entre los 17 y 35 años que se encuentran buscando alojamiento. En el apartado anterior, en el análisis del sector, se ha realizado un estudio donde se ha podido concluir que dicho rango de edad abarca el mayor número de usuarios que la plataforma podría tener.

FindMyRoomie estaría enfocado pues a, todas aquellas personas que, o bien se mudan a otra ciudad diferente a la suya ya sea por estudios o por un nuevo trabajo, como a aquellas personas que, aun viviendo en su misma ciudad, desean independizarse y encontrar un hogar que compartir con otras personas.

Canales

Comenzando por las redes sociales, ambos *TikTok* e *Instagram* pueden ser canales claves para difundir entre nuestro *target* la existencia de FindMyRoomie, así como las ventajas que puede tener usarla. El boca-oreja, uno de los canales más tradicionales, que puede ayudarnos en entornos como los de las propias universidades o empresas con empleados jóvenes, para que otros usuarios difundan su experiencia utilizando el servicio.

El marketing SEO (*Search Engine Optimization*) también conocidos como optimización para motores de búsqueda. Esta herramienta nos ayudaría a posicionarnos de forma orgánica en buscadores de internet (*Google, Safari...*), favoreciendo una mayor visibilidad de nuestra marca en la red. Por otro lado, se encontraría el SEM (*Search Engine Marketing*), conocido como el conjunto de estrategias de marketing que ayudan también a incrementar la interacción y optimizar nuestra visibilidad.

Por último, los diferentes Flyers distribuidos en las universidades o las ferias de empresas donde se podría acudir para potenciar y hacer llegar la marca a un mayor número de usuarios.

Estructura de costes

Los costes de FindMyRoomie serían los mínimos posibles en los años iniciales, dando prioridad a la tecnología como elemento clave para poder llegar a un mayor número de usuarios. También, se destinaría un presupuesto anual para diferentes campañas de marketing con las que hacer crecer a la marca. Toda estructura será desarrollada con más detalle en los siguientes capítulos.

Estructura de ingresos

El modelo de ingresos de la aplicación sería el conocido como *freemium*, donde los usuarios podrían disponer un servicio gratuito con la posibilidad de poder pagar una suscripción donde se les ofrecerá una serie de ventajas adicionales. Por otro lado, se generarán ingresos a través de la publicidad de empresas anunciantes, siendo Google Ads el servicio escogido. Además, se ofrecerá el servicio *FindMyRoomie for universities*, una variación del modelo de negocio principal ofrecido a diferentes universidades españolas, que tendrá asociado unas tasas por cada centro educativo.

En último lugar, y como variación del modelo, a partir del segundo año, una vez creada una comunidad más estable y una vez difundido el nombre de FindMyRoomie entre el mercado, se incorporaría al modelo de negocio la posibilidad de incorporar anuncios de alquiler de inmuebles para ofrecérselos a los usuarios. Esta nueva opción permitiría a la startup poder incrementar sus ingresos y aumentar su rentabilidad a base del cobro de una pequeña cuota por anuncio de piso publicado. Esto permitiría también continuar aportando un mayor valor añadido al usuario.

Plantilla Business Model Canvas

Para poder visualizar y entender de una forma más sencilla los aspectos explicados con anterioridad, a continuación, se puede visualizar el esquema del Business Model Canvas.

Business model canvas.

<p>KEY PARTNERS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Empresas/aplicaciones anunciantes -Embajadores de marca -Universidades que formen parte de <i>FindMyRoomie for universities</i> - Arrendadores anunciantes del piso en la plataforma 	<p>KEY ACTIVITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Facilitar una plataforma, a través de la cual encontrar compañero de piso sea una tarea sencilla - Año 2: Una vez que los usuarios han sido emparejados, ofrecer una lista de pisos posibles a alquilar. <p>Plataforma <i>FindMyRoomie for universities</i></p>	<p>VALUE PROPOSITIONS</p> <p>FindMyRoomie ofrece a los usuarios la posibilidad de encontrar un compañero de piso en línea con sus preferencias para que juntos puedan encontrar un hogar que se adapte a las necesidades de ambos. Esta será la actividad principal de la empresa durante el primer año de funcionamiento.</p> <p>A partir del segundo año de funcionamiento, los usuarios emparejados por FindMyRoomie pondrán elegir entre los pisos de los arrendadores que han decido ofrecer su piso en la plataforma.</p>	<p>CUSTOMER RELATIONSHIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente a través de email - Opción de reportar a un usuario, una vez haya comenzado la convivencia 	<p>CUSTOMER SEGMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes de entre 18-25 años -Trabajadores de entre 26-35 años
<p>COST STRUCTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing y publicidad. - Desarrollo web de la plataforma 	<p>REVENUE STREAMS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicidad de empresas/aplicaciones anunciantes. - Membresía Premium -Cuota de <i>FindMyRoomie for universities</i> -Anuncios inmobiliarios a partir del año dos 			

Fuente: elaboración propia a partir de Osterwalder y Pigneur (2010).

4 PLAN FINANCIERO

Una vez descrito el modelo base de FindMyRoomie, en el siguiente apartado se elaborará de forma más amplia el plan financiero de la *startup*, con el objetivo de analizar su viabilidad económica y financiera de la startup. Todo el plan está formado por el desembolso inicial necesario para llevar a cabo la propuesta de valor, qué tipo de fuentes de financiación se requerirán para hacer frente a esos costes, y la estructura de ingresos y gastos durante los primeros cinco años de su actividad. Todos estos aspectos vendrán recogidos a su vez en los estados financieros, es decir, en el balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias y el estado de flujos de efectivo.

4.1 Inversión inicial

La inversión inicial hace referencia a la cantidad de activos que son necesarios para comenzar la actividad empresarial en una entidad. Dado que FindMyRoomie es una herramienta digital cuyo “producto” final es el servicio que ofrece a través de la página web, el desarrollo del proyecto no requiere una inversión inicial muy costosa.

Como **recursos intangibles**, recogidos en el balance como **propiedad industrial**, se debe incorporar la patente y marca, acudiendo pues a la Oficina Española de Patentes y Marcas, para solicitar la marca comercial de FindMyRoomie. El costo de este servicio sería de unos 125€ aproximadamente, y no habría que renovar su vigencia hasta los próximos diez años. Esta se amortizaría a diez años, alcanzando un total de 12,5€ anuales (Oficina Española de Patentes y Marcas, 2023).

Haciendo referencia a los recursos inmateriales, en forma de **aplicaciones informáticas**, es necesario invertir en el desarrollo y diseño de una página web adecuada para poder ofrecer un servicio atractivo para el cliente, sin fallos a la hora de encontrarse conectados un número elevado de usuarios al mismo tiempo. Habiendo realizado un análisis en profundidad con respecto a las miles de posibilidades de selección de un desarrollador web, se recurriría a la web *Malt*, que ofrece la contratación de desarrolladores web centrados en diferentes modelos de programación. En concreto, se seleccionaría el perfil de Alejandro G., experto en *Webflow*, la empresa a la que recurriríamos para nuestra web. El presupuesto de dicho perfil ronda aproximadamente

en 300€ diarios. Habiendo investigado dentro de la propia web, el coste ascendería a un total de 30.000€ (Malt, 2023). Esta inversión en inmovilizado intangible se amortizaría en los seis años siguientes, ascendiendo la depreciación anual a un total de 5.000€ cada año. Sumado a la propiedad inicial, la inversión en inmovilizado inmaterial sumaría un total de 30.125€. A mayores, en el año 2 se repetiría la inversión en inmovilizado inmaterial, por un importe de 9.000€ para mejorar la web e incorporar las actualizaciones relacionadas con la incorporación de anuncios de inmuebles.

En último lugar, existiría un componente conocido como **tesorería** donde se recogerá el efectivo necesario para hacer frente a los diferentes gastos del año 0 de actividad. Dicha cifra, detallada en el apartado de costes anuales, cubrirá los costes relacionados con las actividades de la empresa. En este caso, estos ascenderían a un total de 3.000€, que estarían destinados a realizar diversas actividades llevadas a cabo por la persona responsable de marketing.

A mayores de los costes de creación de la web, aparecen los costes relacionados con las tarifas de localización y mantenimiento de la web. Habiendo analizado los diferentes proveedores de creaciones de páginas web, hemos considerado que *Webflow* podría ser la mejor opción para FindMyRoomie (Mac Digital, 2022). Los pros que tiene dicha empresa es la posibilidad de crear la página sin necesidad de código, que garantiza el tiempo de actividad al 99,9%, algo que otros competidores no consiguen ofrecer, o la seguridad de la propia web. El coste de este servicio sería de 23\$ mensuales, suponiendo un coste inicial de 260€ para el primer año. Estos subirían a 445€ a partir del segundo año para continuar mejorando el funcionamiento de la web (Webflow, s.f).

Ligado a la necesidad de crear una página web, el dominio utilizado es también fundamental a la hora de poder ofrecer una imagen más “profesional” de la página web. A pesar de que muchas de estas páginas web ofrecen la posibilidad de registro de dominio gratis al utilizar su servicio de sitio web con ellos, se recomienda separar los dos aspectos, ya que las ventajas a un medio o largo plazo son mayores, pudiendo así tener un control total del dominio en el caso de escoger otro hosting que contratar (Mac Digital, 2022). El coste de nuestro espacio web, findmyroomie.app, es de 15€, renovándose cada año al mismo importe según establece la plataforma namecheap.com, el espacio al que hemos acudido para poder registrar nuestro dominio (Namecheap, 2023).

En la siguiente tabla se resumen los diferentes costes de la inversión inicial desglosados por tipo:

Tabla 2: Inversión inicial requerida para FindMyRoomie

Inversión inicial	Año 0
Software y costes de la web	30.275€
Propiedad industrial	125€
Acciones de marketing	3.000€
Total	33.400€

Fuente: elaboración propia

4.2 Fuentes de financiación

Ya establecida la inversión inicial requerida para comenzar con la actividad económica de FindMyRoomie, la siguiente sección detalla las diferentes fuentes de financiación a las que se recurrirán para conseguir los recursos necesarios.

Existen diversas fuentes de financiación a las que se pueden recurrir en función del momento específico en el que se encuentre la empresa. Dado que FindMyRoomie es un modelo de negocio recién salido al mercado apenas consolidado, recurrir a métodos de financiación como las rondas de inversión es una opción bastante más complicada para recaudar un mayor capital (Martínez Conesa, 2022).

En el caso de FindMyRoomie, se utilizaría dos métodos de financiación básicos, compuestos de fuentes de financiación propias, lo que serían las aportaciones económicas de cada uno de los cuatro socios, seguido de las fuentes de financiación ajenas, detalladas a continuación.

El planteamiento enfocado para la empresa ha sido el de establecer la empresa como una sociedad limitada SL. La elección se debe principalmente a los beneficios que esta conlleva con respecto a otro tipo de sociedades como la sociedad anónima. El capital que habría que aportar sería de un mínimo de 3.000€, que se repartirían entre los cuatro

socios fundadores, dividiendo también las participaciones de la empresa entre los cuatro (Prades Cutillas, 2018).

Para el siguiente proyecto, cada uno de los miembros aportaría un total de 4.000€, siendo el capital social total de 16.000€. Dicha cantidad supondría aproximadamente un 48% del capital requerido. Con dichas cifras, el patrimonio neto inicial estaría dividido de la siguiente forma:

Tabla 3: Estructura del patrimonio neto de FindMyRoomie

Capital social	16.000€
Número de participaciones	100
Valor nominal	160,00€
Porcentaje controlado por fundador	25%
Nº de acciones por fundador	25
Valor de las acciones por fundador	4.000€

Fuente: elaboración propia

Para hacer frente al 52% restante, uno de los métodos de inversión más interesantes a la hora de empezar con este tipo de empresas sería recurrir a lo conocido como las 3F (*Family, Friends and Fools*). Las ventajas son varias, entre las que se encuentran la lealtad, sencillez o rapidez. Además, la confianza que estos aportan al proceso hace que sea más valioso en estos primeros momentos de incertidumbre. En este caso, el importe a recaudar ascendería a un total de 17.400€ (Martínez Conesa, 2022).

Dicho importe será recuperado más adelante por ellos en forma de **notas convertibles**. Dicho instrumento financiero, es comúnmente utilizado en la financiación de startups y se basan en la conversión de la cantidad de dinero prestada en acciones, o en este caso participaciones de la empresa para un futuro (Fernández-Ordoñez Agra, 2018).

Dicho método de financiación tiene como ventaja la posibilidad de poder recaudar capital sin la necesidad de tener que determinar el valor actual de la empresa. Por otro lado, en lugar de establecer el precio por acción, los inversores y la startup acuerdan un

descuento en el precio de las acciones que se emitirán en caso de que se convierta la nota convertible en acciones. Esto se traduce en un mejor precio por las participaciones en comparación con otros inversores que puedan invertir más adelante (Fernández-Ordoñez Agra, 2018).

El importe sería recuperado a partir del año 6, una vez que la empresa esté más establecida y se pueda aspirar a escalar el negocio a nivel internacional, pudiendo obtener una parte del capital social en proporción a su participación. A continuación, en la siguiente tabla se recogen el total de las diferentes fuentes de financiación, así como su cuantía correspondiente.

Tabla 4: Fuentes de financiación de FindMyRoomie

Concepto	Proporción	Total
Capital social (socios fundadores)	48%	16.000€
<i>Family, Friends and Fools</i>	52%	17.400€
Total	100%	33.400€

Fuente: elaboración propia

4.3 Estructura de ingresos

Como se ha explicado con anterioridad, FindMyRoomie busca ayudar a los jóvenes de entre 17 y 30 años a solucionar un problema muy presente en estos momentos. En las primeras etapas de la aplicación web, los ingresos supondrían un recurso limitado dado el poco alcance que FindMyRoomie tendría.

Sin embargo, para poder generar un cierto margen, se podrían utilizar diferentes recursos que ayudarían a reducir los costes iniciales relacionados con la ejecución de la actividad. Para ello, es importante analizar las diferentes opciones que la página web podría emplear y escoger aquellas que mejor se adapten a sus necesidades.

Antes de pasar a analizar las diferentes opciones con las que se recibirían ingresos, es importante estimar la cantidad de usuarios y visitas que recibiría la página web. Para

ello, utilizando los diferentes datos del análisis del mercado realizado anteriormente hemos obtenido diferentes conclusiones:

Según el Instituto Nacional de Estadística, en toda España existen un total de 556.300 hogares donde residen personas sin una relación familiar. La estimación general es que en España vive una media de 2,5 personas por hogar, por lo que estaríamos hablando de un total de 1.390.750 personas que viven en régimen de piso compartido aproximadamente (INE, 2020).

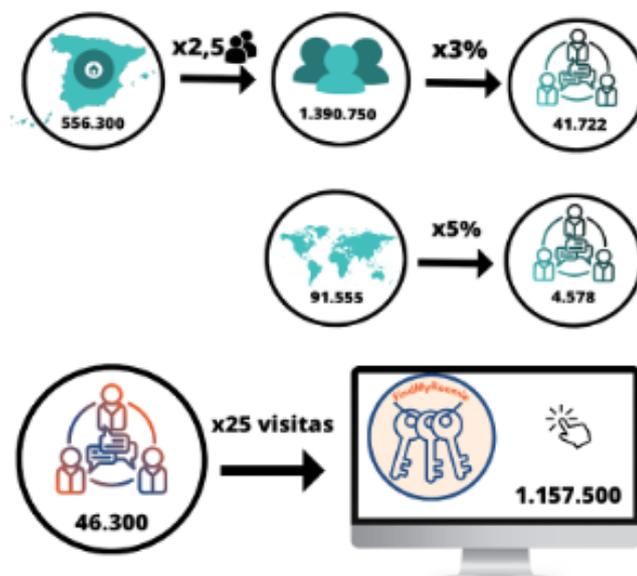
Por otro lado, existen un total de 91.555 jóvenes que acuden a España cada año para realizar sus estudios universitarios en España (Gobierno de España, 2021). Si estimásemos que un 5% de los estudiantes internacionales, así como un 3% de las personas que viven en régimen de piso compartido utilizarían nuestro servicio, podríamos llegar a obtener un total de 41.722 usuarios de la primera sección y 4.578 del segundo.

Esta cifra podría continuar incrementándose a lo largo de los cinco primeros años un 15% anual gracias a las diferentes estrategias de marketing llevadas a cabo, así como el boca a boca de los usuarios satisfechos que lo han recomendado a otros conocidos.

En cuanto a las visitas anuales a la página web, estimando por lo bajo que un único usuario entrase a la aplicación web en 25 ocasiones diferentes, ya sea para hacer una primera búsqueda de perfiles como para continuar hablando con la persona con la que han conectado, podríamos tener un total de 1.157.500 visitas anuales. Estas visitas entablarían una media de 96.458 visitas mensuales, aunque es muy probable que existan ciertos meses donde haya una mayor tendencia de visitas y otros que menos.

A continuación, podemos pues resumir las estimaciones recogidas en la siguiente tabla:

Figura 9: Estimación de usuarios



Fuente: elaboración propia

Estas estimaciones continuarán evolucionando a lo largo de los cinco primeros años, con una previsión de crecimiento de un 15% anual. A continuación, se refleja en la siguiente tabla la evolución anual en cifras:

Tabla 5: Estimación de los usuarios y visitas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios anuales	46.300	53.245	61.232	70.417	80.979	93.126
Visitas mensuales	96.459	110.928	127.567	146.702	168.707	194.013

Fuente: elaboración propia

4.3.1 Suscripción *premium*

Las suscripciones *premium* son un tipo de funcionalidad de las que disponen diversas plataformas para ofrecer a sus clientes una serie de ventajas dentro de la web que el resto de los usuarios no dispone. Otras aplicaciones con modelos de negocio similares a los de FindMyRoomie utilizan esta modalidad. Al final, es una opción de fidelizar al cliente y ofrecerle una experiencia de usuario diferente a la del resto, así como un acceso más sencillo (Boada, 2022).

El acceso al modelo *premium* contendría diferentes ventajas para los usuarios. En primer lugar, dispondrían de una visibilidad destacada, es decir, podrían hacer destacar su propio perfil con respecto al resto de usuarios, lo que aumentaría las posibilidades de ser visto por otros usuarios. Además, tendrían la ventaja de poder contactar con los usuarios sin la necesidad de que ambos hubieran conectado o hecho “match”. Esto implicaría que, en caso de encontrar un perfil interesante con el que querer interactuar, no necesitarían esperar a que el otro usuario seleccionase dicho perfil.

Por último, la suscripción *premium* permitiría la eliminación de anuncios de la página web. Al omitirlos, los usuarios podrían disfrutar de una experiencia de usuario mucho más fluida y sin distracciones, centrándose en el objetivo principal de encontrar un compañero adecuado a sus características. Dicha suscripción costaría un total de 3€, y la duración de este servicio sería de 1 año para la cuenta asociada a dicho perfil. Con el potencial número de clientes especificado con anterioridad (un total de 46.300 cuentas), estimamos que un 2% adquirirían la modalidad *premium*. Esto supondría un total de 2.778€ anuales para la plataforma, previéndose un incremento anual para los próximos cinco años tras continuar ganando popularidad.

Se ha estimado un crecimiento progresivo de dichas cuentas premium, no obstante, este sería más lento que el de usuarios con la opción “*freemium*”. En la tabla se recogen las cifras, así como el incremento que esto supondría.

Tabla 6: Análisis de los usuarios con cuentas *premium*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios con cuentas <i>premium</i>	926	2.662	3.062	7.042	8.098	13.969
Proporción usuarios	2%	5%	5%	10%	10%	15%
Ingreso por cuenta <i>premium</i>	2.778€	7.987€	9.815€	21.125€	24.294€	41.907€

Fuente: elaboración propia

4.3.2 Entidades colaboradoras - universidades

Aunque es cierto que la opción de una suscripción premium es una forma sencilla de poder obtener una mayor generación de ingresos el modelo tiene ciertas limitaciones que pueden hacer que dicha alternativa no sea lo suficientemente atractiva para el usuario. Dado que la aplicación necesitaría obtener otras formas de ingresos más allá de dicha suscripción, escoger colaboradores o entidades interesadas en el servicio en sí mismo aportaría valor a ambos lados.

El principal enfoque de la página web está centrado en facilitar la tarea de seleccionar un compañero de piso a los jóvenes. Es por ello por lo que la figura de la universidad podría ser un nicho de mercado clave para FindMyRoomie. Como bien se ha expuesto con anterioridad, existe una gran demanda de vivienda compartida entre estudiantes universitarios que desean compartir su casa durante la estancia en la universidad.

Dicha unión podría tener ventajas para ambas partes. En primer lugar, para la universidad, ya que estaría fomentando la inclusión social y creación de comunidades mucho más diversas y cohesionadas. A su vez, mejoraría la experiencia estudiantil de sus alumnos, ayudándoles a crear recuerdos satisfactorios con sus compañeros de piso (Hatami y Mohammadreza, 2022).

Por otro lado, también les aportaría seguridad, ya que el hecho de poder recurrir a una plataforma donde se les permita interactuar con los usuarios verificados evita posibles sorpresas desagradables en un futuro. Toda esta experiencia en conjunto ayuda en definitiva a la retención estudiantil, y es que en general aquellos estudiantes que tienen en su formación educativa una experiencia positiva en su entorno tienen una mayor probabilidad de finalizar sus estudios (Hatami y Mohammadreza, 2022).

Las ventajas de esta unión serían también muy relevantes para FindMyRoomie. Esta colaboración con universidades permitiría a la web llegar a un mayor número de usuarios, dada la gran población de estudiantes de la que disponen las universidades. Por otro lado, el hecho de ser ofertada por una institución sólida hace que los usuarios

depositen su confianza y credibilidad en la empresa, lo que puede atraer más adelante a nuevos usuarios (Hatami y Mohammadreza, 2022).

En el sistema español existen actualmente un total de 83 universidades, dividiéndose estas en 33 privadas y 50 públicas (González Quiles, 2023). En la primera etapa de FindMyRoomie se intentaría acudir a las instituciones privadas por ser más sencillo la comercialización del servicio en un principio.

Este servicio tendría un coste de 2.000€ por universidad, y se les ofrecería un plan premium a todos los estudiantes de esa universidad. Se crearía una comunidad de usuarios de la propia universidad para que puedan buscar compañeros de piso de la misma institución.

Este servicio sería diferenciador también a nivel internacional. En muchos otros países existen aplicaciones similares, y muchos de esos estudiantes que acuden a España para realizar un intercambio se encuentran con la falta de dicho servicio. Poder acceder a una web donde haya una cartera de estudiantes locales con los que tener la posibilidad de compartir alojamiento crea valor en ambas partes (Hatami y Mohammadreza, 2022).

La siguiente tabla detalla el número de universidades estimadas que utilizarían el servicio y el ingreso que supondría para la plataforma.

Tabla 7: Estimación del mercado de las universidades

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de universidades	3	5	7	9	12	14
Ingresos anuales	6.000€	10.000€	14.000€	18.000€	24.000€	28.800€

Fuente: elaboración propia

4.3.3 Publicidad online

En la actualidad, son muchas las páginas webs que están comenzando a utilizar la publicidad online como un recurso secundario para poder obtener unos ingresos extras a los de su actividad principal. Existen diferentes páginas web a las que recurrir para establecer estos anuncios, entre las que se encuentran *Google AdSense*, *Media.net* o *Amazon Associates*.

Para el caso de FindMyRoomie, *Google AdSense* podría ser la mejor alternativa para comenzar a establecer estos anuncios. Algunas de las ventajas que ofrece con respecto a otras plataformas son la variedad de formatos publicitarios que se podrían establecer. No obstante, la principal ventaja es la gran cantidad de anunciantes que la página ofrece, lo cual podría ayudarnos a elegir a aquellas empresas que más podrían encajar con los intereses de nuestra red de clientes (Google AdSense, 2023).

La cantidad que se generaría a través de este medio sería limitada y poco precisa de calcular, puesto que cada mes variaría en función de la cantidad de visitas recibidas en la página web junto con los “clics” llevados a cabo por los visitantes. La propia página web de Google AdSense ayuda a estimar tus propios ingresos en función de la región y el tipo de página web. En el caso de FindMyRoomie, con una estimación de 96.458 visitas mensuales a la página web durante el primer año, se podría generar aproximadamente 6.600€ (Google AdSense, 2023).

Esta cifra continuaría incrementándose dado que el número de usuarios también lo haría, lo que supondría un mayor tráfico en red. Gracias a la calculadora de Google, FindMyRoomie podría llegar a ganar hasta 13.500€ en el año 5 con unos flujos de red de 194.000 visitas mensuales, aproximadamente. El siguiente cuadro muestra esa estimación obtenida de dicha fuente.

Tabla 8: ingresos por Google AdSense

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Google Ads	6.600€	7.200€	8.900€	10.200€	11.800€	13.500€

Fuente: Google AdSense

4.3.4 Anuncios de inmuebles

Esta etapa sería quizás la más incierta a nivel interno, pero también la forma en la que FindMyRoomie podría lograr incrementar su rentabilidad. Anteriormente ya se mencionó acerca de la existencia de diversos portales como Idealista o Spotahome donde su actividad principal es el anuncio de inmuebles.

Desde un principio FindMyRoomie busca crear una comunidad, así como ofrecer algo innovador, no obstante, una vez asentada esta comunidad, la web podría ofrecer nuevos recursos que aportasen valor a sus clientes. Es aquí de donde surge la idea de poder incorporar el anuncio de pisos una vez se haya completado el paso de haber encontrado un compañero de piso a través de la web.

Estos anuncios de inmuebles tendrían que pertenecer a personas físicas y no a agencias inmobiliarias, con el objetivo también de crear valor a los usuarios y ofrecerles una cartera de inmuebles que, aunque sea más escasa, no supongan altos costes de comisiones a agencia para los usuarios. Este aspecto sería a la vez un punto diferenciador con respecto al resto de plataformas, ya que en la gran mayoría de estas se encuentran alojamientos donde las comisiones pueden llegar a alcanzar los 2.000€ (Spotahome, s.f).

A los anunciantes de pisos se les solicitaría pagar una comisión de 24,99€ por anuncio publicado, y este pago se daría una única vez, sin tener fecha de caducidad. Esta comisión sería un importe muy reducido en comparación con los beneficios que obtendrían. En primer lugar, su inmueble sería anunciado en una plataforma donde tendría una mayor visibilidad al eliminar de esta los anuncios de la inmobiliaria.

Por otro lado, este sería alquilado por usuarios de la web, por lo que el propio arrendador podría ver el perfil de las personas que le alquilarían la vivienda, lo cual genera también una mayor confianza para este. Seguidamente, ser respaldado por instituciones educativas ayuda a fundar ese mayor alcance, así como respaldar una mayor confianza.

Por último, el hecho de que esas personas hayan conectado con anterioridad por coincidir en preferencias, necesidades, personalidad... puede favorecer la permanencia a un plazo más largo, lo cual es interesante también para el propio arrendador.

No obstante, es importante remarcar que esto solo se incorporaría una vez creada esa comunidad de usuarios, y una vez alcanzado una cuota de mercado importante. A continuación, se detallan en profundidad el ingreso de los anuncios inmobiliarios en función del número de publicaciones recibidas.

Tabla 9: Ingresos por publicación de inmuebles

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de inmuebles	-	-	700	900	1.100	1.500
Ingresos anuales			17.493€	22.491€	27.489€	37.485€

Fuente: elaboración propia

Por último, se hace un resumen de los diferentes ingresos detallados con anterioridad, así como el importe final que estos tendrían.

Tabla 10: Resumen de los ingresos de FindMyRoomie

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suscripción <i>Premium</i>	2.778€	7.987€	9.815€	21.125€	24.294€	41.907€
<i>FinMyRoomie for universities</i>	6.000€	10.000€	14.000€	18.000€	24.000€	28.800€
Publicidad (<i>Google AdSense</i>)	6.600€	7.200€	8.900€	10.200€	11.800€	13.500€
Anuncios inmobiliarios			17.493€	22.491€	27.489€	37.485€
Ingresos totales	15.378€	25.187€	49.578€	71.816€	87.583€	121.692€

Fuente: elaboración propia

4.4 Estructura de costes

Aunque FindMyRoomie es una aplicación web que apenas requiere unos gastos excesivos, existen dos aspectos básicos que necesitan ser cubiertos para poder llevar a cabo las funcionalidades de la aplicación. Se han dividido los costes de FindMyRoomie en costes fijos y variables, ya que existirá una parte de ellos que dependerán del número de usuarios que tenga la web, así como del flujo que estos generen.

4.4.1 Costes fijos

Los costes no variables, derivados de la actividad de FindMyRoomie serían los siguientes:

Como **costes operativos fijos**, es necesario hacer frente al mantenimiento de la página web y del pago de las cuotas de esta. Como bien se expuso anteriormente, el coste mensual de *WebFlow* ascendería a un total de 260€ con el plan CMS. Una vez pasado el primer año se cambiaría al plan Business con un coste total de 445€, de forma que se pudiera mejorar el dominio, así como aumentar el número de usuarios que usen la aplicación al mismo tiempo. Dicho coste se mantendrá a lo largo de los años.

En el año 0 se invertiría un total de 30.000€ para la creación de la web y en el año 2 otros 9.000€ para la implementación de los anuncios de pisos. Entendiendo dicha inversión, en el resto de los años (es decir, en el año 1, 3,4 y 5) se establecería un **coste fijo** de 2.000€ destinado a actualizar o mantener la propia web

4.4.2 Costes variables

Dado que los primeros años de vida de la startup los ingresos serían menores, los cuatro fundadores de la startup no dispondrían de un salario, y no sería dicho importe incorporado hasta el año 6. No obstante, para poder ejercer la actividad cada socio se encargaría de hacer frente al pago de la tasas de la seguridad social.

Por otro lado, vendrían incorporados los costes de acciones marketing, de los cuáles se encargaría María, la directora de marketing de FindMyRoomie. Esta iniciativa ayudará a impulsar el nacimiento de dicha marca, así como a ganar popularidad para poder ser conocido en diferentes entornos y mercados. Según el paso de los años, se comenzaría a incrementar la cifra a razón de 1.000€ al año, empezando por un importe de 3.000€, para poder captar más usuarios, así como hacer frente a los costes generados por el incremento de la actividad.

Para cerrar el apartado de costes, a continuación, se expone una tabla donde se resumen la previsión de la evolución de la estructura de costes mencionados con anterioridad.

Tabla 11: Estructura de costes de FindMyRoomie

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costes fijos	275€	2.275€	460€	2.460€	2.460€	2.460€
Costes operativos fijos	275€	275€	460€	460€	460€	460€
Cuotas página web	260€	260€	445€	445€	445€	445€
Dominio	15€	15€	15€	15€	15€	15€
Costes mantenimiento web	-	2.000€	-	2.000€	2.000€	2.000€
Costes variables	3.000€	4.000€	5.000€	6.000€	7.000€	8.000€
Publicidad	3.000€	4.000€	5.000€	6.000€	7.000€	8.000€
Costes totales	3.275€	6.275€	5.460€	8.460€	9.460€	10.460€

Fuente: elaboración propia

4.5 Estados financieros

En los apartados anteriores se han detallado los diferentes elementos básicos que componen el plan financiero de una empresa tras su creación. Habiendo expuesto la inversión inicial requerida, las distintas fuentes de financiación, los ingresos que FindMyRoomie tendría, y los costes relacionados con su actividad, llega el momento de proyectar dichas cifras en los diferentes estados financieros.

4.5.1 Cuenta de resultados

La cuenta de resultados es el estado financiero que recoge los resultados económicos de la empresa, clasificados en ingresos y gastos. Se trata de un documento dinámico y es de vital importancia para poder comprender la situación económica de la empresa, informando pues de los resultados actuales (Muñoz Orcera, 2018).

La cuenta de pérdidas y ganancias seguirá la siguiente estructura:

El resultado de explotación (EBITDA): compuesto por la diferencia entre los ingresos derivados de la actividad empresarial y los costes implícitos de la actividad económica. En este caso los ingresos vendrían presentados a través de la suscripción premium, las tasas de la universidad, los anuncios publicitarios y los anuncios de alquiler de pisos.

Beneficio antes de intereses e impuestos (EBIT): se descontará del resultado de explotación bruto el importe relacionado con la depreciación del inmovilizado.

Resultado financiero: todos aquellos ingresos y gastos relacionados con las inversiones financieras o las fuentes de financiación. En el caso de FindMyRoomie, no existiría ninguno de los tipos, ya que no se ha recurrido a ningún método de financiación que suponga un coste financiero.

Resultado antes de impuestos (EBT): una vez obtenidos los resultados de explotación y los resultados financieros, se obtendrá el total de dicha cifra, coincidiendo en este caso con el resultado de explotación.

Resultado del ejercicio (Beneficio neto): será necesario descontar un 25% del beneficio total en base al impuesto de sociedades implantado en España. Dicho porcentaje varía los dos primeros años, ya que se establece que, para las empresas recién creadas, dicho porcentaje se vea reducido a un 15% (Agencia Tributaria, 2023).

Teniendo todos estos aspectos en cuenta, se procede pues, a detallar la cuenta de pérdidas y ganancias generada por FindMyRoomie desde el año 0 hasta el 5, en base a las cifras expuestas anteriormente.

Tabla 12: Cuenta de Pérdidas y Ganancias de FindMyRoomie

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de explotación	15.378,02 €	25.186,79 €	49.577,81 €	71.816,07 €	87.582,83 €	121.691,85 €
Ingresos por cuenta <i>premium</i>	2.778,02 €	7.986,79 €	9.184,81 €	21.125,07 €	24.293,83 €	41.906,85 €
Ingresos FindMyRoomie for universities	6.000,00 €	10.000,00 €	14.000,00 €	18.000,00 €	24.000,00 €	28.800,00 €
Ingresos publicidad (Google AdSense)	6.600,00 €	7.200,00 €	8.900,00 €	10.200,00 €	11.800,00 €	13.500,00 €
Ingresos inmuebles	- €	- €	17.493,00 €	22.491,00 €	27.489,00 €	37.485,00 €
Gastos de explotación	(3.275,00€)	(6.275,00€)	(5.460,00€)	(8.460,00€)	(9.460,00€)	(10.460,00€)
Cuotas página web	(260,00€)	(260,00€)	(445,00€)	(445,00€)	(445,00€)	(445,00€)
Dominio	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)
Mantenimiento web	(0,00€)	(2.000,00€)	(0,00€)	(2.000,00€)	(2.000,00€)	(2.000,00€)
Publicidad	(3.000,00€)	(4.000,00€)	(5.000,00€)	(6.000,00€)	(7.000,00€)	(8.000,00€)
EBITDA	12.103,02 €	18.911,79 €	44.117,81 €	63.356,07 €	78.122,83 €	111.231,85 €
Amortización del inmovilizado intangible	(5.012,50€)	(5.012,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	7.090,52 €	13.899,29 €	36.855,31 €	56.093,57 €	70.860,33 €	103.969,35 €
RESULTADO FINANCIERO	- €					
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	7.090,52 €	13.899,29 €	36.855,31 €	56.093,57 €	70.860,33 €	103.969,35 €
Impuesto sobre el beneficio	(1.063,58€)	(2.084,89€)	(9.213,83€)	(14.023,39€)	(17.715,08€)	(25.992,34€)
RESULTADO DEL EJERCICIO	6.026,94 €	11.814,40 €	27.641,48 €	42.070,18 €	53.145,25 €	77.977,01 €

Fuente: elaboración propia

4.5.2 Balance de situación

Tras haberse expuesto con anterioridad la cuenta de pérdidas y ganancias, llega el momento de analizar el **balance de situación**. Dicho estado financiero muestra la relación existente entre las masas patrimoniales de activo y pasivo y patrimonio neto, clasificados en masas patrimoniales (Muñoz Orcera, 2018). El balance de FindMyRoomie presenta la siguiente estructura:

El **activo**: recoge los bienes y derechos pertenecientes a la startup que forman los medios económicos para cumplir los objetivos finales. A su vez se establecen dos categorías, el activo corriente y no corriente.

El **activo no corriente**: enfocado principalmente en la propiedad industrial y las aplicaciones informáticas, siendo el principal recurso de la empresa la página web.

El **activo corriente**: focalizándonos en el modelo de negocio de FindMyRoomie, solo se dispondría de la tesorería generada de los flujos de caja.

El **pasivo y patrimonio neto** sería la segunda masa patrimonial, la cual deberá estar equilibrada con los activos de los que FindMyRoomie dispone. En el caso del

primero, se recogerá como deuda a largo plazo el capital aportado por familiares y amigos. El patrimonio neto estará por su parte compuesto del capital social de la empresa aportado en un inicio, seguido del resultado del ejercicio. Los beneficios obtenidos cada año irán destinados a las reservas de la empresa, acumulándose así cada año durante los primeros cinco, y repartiéndose entre los socios a partir del año 6.

La siguiente tabla recoge dicha estructura patrimonial para el caso de FindMyRoomie, con una proyección también hasta el año 5.

Tabla 13: Balance de situación de FindMyRoomie

BALANCE DE SITUACIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO NO CORRIENTE	25.112,50 €	20.100,00 €	21.837,50 €	14.575,00 €	7.312,50 €	50,00 €
Inmovilizado intangible	25.112,50 €	20.100,00 €	21.837,50 €	14.575,00 €	7.312,50 €	50,00 €
Propiedad industrial	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €
Amortización acumulada propiedad industrial	(12,50€)	(25,00€)	(37,50€)	(50,00€)	(62,50€)	(75,00€)
Aplicaciones informáticas	30.000 €	30.000 €	39.000 €	39.000,00 €	39.000,00 €	39.000,00 €
Amortización acumulada inmovilizado intangible	(5.000,00€)	(10.000,00€)	(17.250,00€)	(24.500,00€)	(31.750,00€)	(39.000,00€)
ACTIVO CORRIENTE	15.378,02 €	33.226,23 €	66.259,15 €	120.401,39 €	184.500,82 €	278.017,60 €
Tesorería	15.378,02 €	33.226,23 €	66.259,15 €	120.401,39 €	184.500,82 €	278.017,60 €
TOTAL ACTIVO	40.490,52 €	53.326,23 €	88.096,65 €	134.976,39 €	191.813,32 €	278.067,60 €
PATRIMONIO NETO	22.026,94 €	33.841,34 €	61.482,82 €	103.553,00 €	156.698,24 €	234.675,26 €
Capital social	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €
Reservas		6.026,94 €	17.841,34 €	45.482,82 €	87.553,00 €	140.698,24 €
Resultado del ejercicio	6.026,94 €	11.814,40 €	27.641,48 €	42.070,18 €	53.145,25 €	77.977,01 €
PASIVO NO CORRIENTE	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	- €
Deudas a largo plazo- 3Fs	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	
PASIVO CORRIENTE	1.063,58 €	2.084,89 €	9.213,83 €	14.023,39 €	17.715,08 €	43.392,34 €
Deudas a corto plazo 3Fs						17.400,00 €
Impuesto sobre sociedades a recuperar	1.063,58 €	2.084,89 €	9.213,83 €	14.023,39 €	17.715,08 €	25.992,34 €
PASIVO TOTAL	18.463,58 €	19.484,89 €	26.613,83 €	31.423,39 €	35.115,08 €	43.392,34 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	40.490,52 €	53.326,23 €	88.096,65 €	134.976,39 €	191.813,32 €	278.067,60 €

Fuente: elaboración propia

4.5.3 Estados de flujo de efectivo

Por último, es necesario el análisis del Estado de Flujos de Efectivo, el tercer y último estado financiero desarrollado en este trabajo de fin de grado. La funcionalidad de dicho documento permitirá analizar la capacidad que tendría FindMyRoomie para poder generar flujo de efectivo, así como las posibles necesidades de liquidez. Dicho estado está compuesto por cuatro flujos de caja que serán desarrollados a continuación (Vargas Soto, 2007).

El **flujo de caja de explotación** hace referencia a los diversos pagos y cobros relacionados con la actividad empresarial de la startup. En segundo lugar, se encuentra el **flujo de caja de inversión**, que está compuesto por los cobros y pagos de las actividades de inversión. El **flujo de caja financiero** recoge todos esos cobros y pagos relacionados con las diversas fuentes de financiación, estando exento de pagar intereses al estar financiado por el capital propio y las 3Fs. Para finalizar, el **flujo de caja neto**, que recoge todas estas variaciones de los flujos anteriores, mostrándonos realmente la capacidad de FindMyRoomie para hacer frente a los pagos. En la siguiente tabla se muestran los flujos de efectivos calculados en base a las previsiones financieras.

Tabla 14: Estado de flujos de efectivo de FindMyRoomie

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	0,00 €	15.378,02 €	33.226,23 €	66.259,15 €	120.401,39 €	184.500,82 €
Flujo de caja de explotación						
Cobros explotación	15.378,02 €	25.186,79 €	49.577,81 €	71.816,07 €	87.582,83 €	121.691,85 €
Pagos explotación	(3.275,00€)	(7.338,58€)	(7.544,89€)	(17.673,83€)	(23.483,39€)	(28.175,08€)
Pagos explotación	12.103,02 €	17.848,22 €	42.032,92 €	54.142,24 €	64.099,44 €	93.516,77 €
Flujo de caja de inversión						
Cobros por inversión	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Adquisición activos fijos	(30.125,00€)	- €	(9.000,00€)	- €	- €	- €
Total	(30.125,00€)	- €	(9.000,00€)	- €	- €	- €
Flujo de caja de financiación						
Fondos propios	16.000,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Deuda	17.400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Pago intereses	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Total	33.400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Tesorería final del año	15.378,02 €	33.226,23 €	66.259,15 €	120.401,39 €	184.500,82 €	278.017,60 €

Fuente: elaboración propia

4.5.4 Análisis de sensibilidades

En los apartados anteriores, se han mostrado los diferentes ingresos y costes asociados a un escenario base. Todos estos cálculos se establecían en un entorno considerado como más probable, no obstante, es relevante también analizar cómo variaría el modelo de negocio en un entorno más optimista o en uno pesimista. Todo ello dependería fundamentalmente del número de usuarios que utilizarasen la plataforma web, de las universidades que contratasen el servicio, del número de cuentas premium que fueran contratadas, y, por último, del número de anuncios de alquiler de pisos que se recibirían en los años posteriores.

4.5.4.1 Escenario optimista

En el escenario optimista, se ha estimado que, del mercado potencial de usuarios que comparten vivienda, un 6% utilizarían FindMyRoomie, lo cual significaría un incremento del 3% con respecto al escenario base. Así mismo, la cuota de estudiantes internacionales también incrementaría de un 5% a un 10%, acumulando un total de 92.600 usuarios aproximadamente.

Por otro lado, los usuarios Premium también se verían incrementados, ocupando un 5% de los usuarios totales, y dicha cifra continuaría aumentando cada año. Las visitas por usuario a la página web serían de 30 de media en lugar de 25, como en el escenario base, una cifra bastante posible también. Por último, el número de universidades que utilizarían nuestro servicio se vería incrementado también, comenzando por un total de 5 universidades, que continuarían creciendo con los años.

Por último, habría que tener en cuenta que el aumento del tráfico en web significaría una mayor remuneración de anuncios publicitarios de Google AdSense. A continuación, se recoge en la siguiente tabla una proyección de las cifras explicadas con anterioridad, y la variación que supondrían con los ingresos.

Tabla 15: Proyección de ingresos por anuncios publicitarios en el escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº usuarios	92.601	106.491	122.464	140.834	161.959	186.253
Nº visitas mensuales	231.501	266.226	306.160	352.084	404.897	465.632
Ingresos anuncios	16.320€	18.300€	21.500€	24.700€	28.400€	32.600€

Fuente: elaboración propia

Tabla 16: Proyección de ingresos por cuentas Premium en el escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº usuarios premium	4.630	10.649	12.246	21.125	24.294	37.251
Ingresos Premium	13.890€	31.947€	36.739€	63.375€	72.881€	111.751€

Fuente: elaboración propia

Tabla 17: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por universidades en el escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº universidades	5	7	9	11	13	17
Ingresos universidades	10.000€	14.000€	18.000€	22.000€	26.000€	34.000€

Fuente: elaboración propia

Tabla 18: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por anuncios de inmuebles en el escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº inmuebles	-	-	1.000	1.400	1.800	2.200
Ingresos inmuebles	-	-	24.990€	34.986€	44.982€	54.978€

Fuente: elaboración propia

Los costes serían a su vez mayores, sobre todo en lo que respecta a la inversión en tecnología. El hecho de trabajar con un flujo de red mucho más elevado haría que fuera necesaria el aumento del coste de desarrollo web para poder crear un portal mucho más rápido, seguro y que permita un mayor tráfico. En este sentido, la cifra a invertir sería la misma en el primer año, pero los gastos de mantenimiento anuales serían de 5.000€. Los costes de marketing también aumentarían en mayor medida en los años siguientes para

continuar justificando ese incremento de usuarios. Comenzando en el año 0 por un mismo importe de 3.000€, en el año 1 se gastarán 6.000€ y los años siguientes se continuará incrementando dicha cifra con un total de 1.000€.

A continuación, se muestran los diferentes estados financieros calculados en base a estas nuevas cifras del escenario optimista.

Tabla 19: Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario optimista

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de explotación	40.210,08 €	64.247,17 €	101.229,25 €	145.061,20 €	172.263,48 €	233.329,61 €
Ingresos por cuenta <i>premium</i>	13.890,08 €	31.947,17 €	36.739,25 €	63.375,20 €	72.881,48 €	111.751,61 €
Ingresos FindMyRoomie for universities	10.000,00 €	14.000,00 €	18.000,00 €	22.000,00 €	26.000,00 €	34.000,00 €
Ingresos publicidad (Google AdSense)	16.320,00 €	18.300,00 €	21.500,00 €	24.700,00 €	28.400,00 €	32.600,00 €
Ingresos inmuebles	- €	- €	24.990,00 €	34.986,00 €	44.982,00 €	54.978,00 €
Gastos de explotación	(3.275,00€)	(11.275,00€)	(7.460,00€)	(13.460,00€)	(14.460,00€)	(15.460,00€)
Cuotas página web	(260,00€)	(260,00€)	(445,00€)	(445,00€)	(445,00€)	(445,00€)
Dominio	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)
Mantenimiento web	(0,00€)	(5.000,00€)	(0,00€)	(5.000,00€)	(5.000,00€)	(5.000,00€)
Publicidad	(3.000,00€)	(6.000,00€)	(7.000,00€)	(8.000,00€)	(9.000,00€)	(10.000,00€)
EBITDA	36.935,08 €	52.972,17 €	93.769,25 €	131.601,20 €	157.803,48 €	217.869,61 €
Amortización del inmovilizado intangible	(5.012,50€)	(5.012,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	31.922,58 €	47.959,67 €	86.506,75 €	124.338,70 €	150.540,98 €	210.607,11 €
RESULTADO FINANCIERO	- €	- €	- €	- €	- €	- €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	31.922,58 €	47.959,67 €	86.506,75 €	124.338,70 €	150.540,98 €	210.607,11 €
Impuesto sobre el beneficio	(4.788,39€)	(7.193,95€)	(21.626,69€)	(31.084,68€)	(37.635,25€)	(52.651,78€)
RESULTADO DEL EJERCICIO	27.134,19 €	40.765,72 €	64.880,06 €	93.254,03 €	112.905,74 €	157.955,33 €

Fuente: elaboración propia

Tabla 20: Balance de situación del escenario optimista

BALANCE DE SITUACIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO NO CORRIENTE	25.112,50 €	20.100,00 €	21.837,50 €	14.575,00 €	7.312,50 €	50,00 €
Inmovilizado intangible	25.112,50 €	20.100,00 €	21.837,50 €	14.575,00 €	7.312,50 €	50,00 €
Propiedad industrial	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €
Amortización acumulada propiedad industrial	(12,50€)	(25,00€)	(37,50€)	(50,00€)	(62,50€)	(75,00€)
Aplicaciones informáticas	30.000 €	30.000 €	39.000 €	39.000,00 €	39.000,00 €	39.000,00 €
Amortización acumulada inmovilizado intangible	(5.000,00€)	(10.000,00€)	(17.250,00€)	(24.500,00€)	(31.750,00€)	(39.000,00€)
ACTIVO CORRIENTE	40.210,08 €	88.393,86 €	165.969,16 €	275.943,68 €	402.662,48 €	582.896,85 €
Tesorería	40.210,08 €	88.393,86 €	165.969,16 €	275.943,68 €	402.662,48 €	582.896,85 €
TOTAL ACTIVO	65.322,58 €	108.493,86 €	187.806,66 €	290.518,68 €	409.974,98 €	582.946,85 €
PATRIMONIO NETO	43.134,19 €	83.899,91 €	148.779,97 €	242.034,00 €	354.939,74 €	512.895,07 €
Capital social	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €
Reservas	- €	27.134,19 €	67.899,91 €	132.779,97 €	226.034,00 €	338.939,74 €
Resultado del ejercicio	27.134,19 €	40.765,72 €	64.880,06 €	93.254,03 €	112.905,74 €	157.955,33 €
PASIVO NO CORRIENTE	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	- €
Deudas a largo plazo- 3Fs	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	- €
PASIVO CORRIENTE	4.788,39 €	7.193,95 €	21.626,69 €	31.084,68 €	37.635,25 €	70.051,78 €
Deudas a corto plazo 3Fs	- €	- €	- €	- €	- €	17.400,00 €
Impuesto sobre sociedades a recuperar	4.788,39 €	7.193,95 €	21.626,69 €	31.084,68 €	37.635,25 €	52.651,78 €
PASIVO TOTAL	22.188,39 €	24.593,95 €	39.026,69 €	48.484,68 €	55.035,25 €	70.051,78 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	65.322,58 €	108.493,86 €	187.806,66 €	290.518,68 €	409.974,98 €	582.946,85 €

Fuente: elaboración propia

Tabla 21: Flujos de efectivo del escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	0,00 €	40.210,08 €	88.393,86 €	165.969,16 €	275.943,68 €	402.662,48 €
Flujo de caja de explotación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobros explotación	40.210,08 €	64.247,17 €	101.229,25 €	145.061,20 €	172.263,48 €	233.329,61 €
Pagos explotación	(3.275,00€)	(16.063,39€)	(14.653,95€)	(35.086,69€)	(45.544,68€)	(53.095,25€)
Pagos explotación	36.935,08 €	48.183,79 €	86.575,30 €	109.974,52 €	126.718,81 €	180.234,36 €
Flujo de caja de inversión	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobros por inversión	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Adquisición activos fijos	(30.125,00€)	- €	(9.000,00€)	- €	- €	- €
Total	(30.125,00€)	- €	(9.000,00€)	- €	- €	- €
Flujo de caja de financiación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fondos propios	16.000,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Deuda	17.400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Pago intereses	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Total	33.400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Tesorería final del año	40.210,08 €	88.393,86 €	165.969,16 €	275.943,68 €	402.662,48 €	582.896,85 €

Fuente: elaboración propia

4.5.4.2 Escenario pesimista

Al igual que el número de usuarios puede verse incrementado por la creciente popularidad de la web, también podría darse el caso de que dichas cifras no fueran las reales, y que el flujo de la caja fuera mucho más bajo.

En base a los usuarios que utilizarían la plataforma web, se verían reducidos a un 1% tanto en el caso de los usuarios que comparten vivienda como en el de los estudiantes internacionales, consiguiéndose un total de 14.823 usuarios de FindMyRoomie. El número de universidades se vería también reducido, a un total de 2 universidades el primer año y un incremento más lento en los años próximos.

Las visitas a la web continuarían en una media de 25 veces por usuario al ser una cifra ya bastante ajustada. No obstante, los anuncios de pisos se reducirían también, comenzando en el año 2 por un total de 300 y continuando en los años siguientes con un crecimiento progresivo más lento. Por último, los ingresos por Google AdSense se verían reducidos también al haber un menor flujo.

A continuación, se muestran los diferentes ingresos que la empresa recibiría con esta nueva cuota de usuarios.

Tabla 22: Proyección de ingresos por anuncios publicitarios en el escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº usuarios	14.823	17.047	19.603	22.544	25.926	29.814
Nº visitas mensuales	30.881	35.514	40.841	46.967	54.012	62.113
Ingresos anuncios	2.160€	2.493€	2.870€	3.300€	3.840€	4.350€

Fuente: elaboración propia

Tabla 23: Proyección de ingresos por cuentas Premium en el escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº usuarios premium	148	341	588	1.127	1.815	2.981
Ingresos Premium	444,69€	1.022,79€	1.764,31€	3.381,6€	5.444,38€	8.944,33€

Fuente: elaboración propia

Tabla 24: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por universidades en el escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº universidades	2	3	4	5	6	8
Ingresos universidades	4.000€	6.000€	8.000€	10.000€	12.000€	16.000€

Fuente: elaboración propia

Tabla 25: Proyección de ingresos por FindMyRoomie por anuncios de inmuebles en el escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº inmuebles	-	-	300	500	700	1.000
Ingresos inmuebles	-	-	7.497€	12.495€	17.493€	24.990€

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, los costes seguirán siendo los mismos que en el escenario normal, ya que estos son necesarios para poder continuar con la actividad empresarial.

A continuación, se muestran los diferentes estados financieros calculados en base a estas nuevas cifras del escenario pesimista.

Tabla 26: Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario pesimista

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de explotación	6.604,69 €	9.515,79 €	20.131,31 €	29.176,60 €	38.777,38 €	54.284,33 €
Ingresos por cuenta <i>premium</i>	444,69 €	1.022,79 €	1.764,31 €	3.381,60 €	5.444,38 €	8.944,33 €
Ingresos FindMyRoomie for universities	4.000,00 €	6.000,00 €	8.000,00 €	10.000,00 €	12.000,00 €	16.000,00 €
Ingresos publicidad (Google AdSense)	2.160,00 €	2.493,00 €	2.870,00 €	3.300,00 €	3.840,00 €	4.350,00 €
Ingresos inmuebles	- €	- €	7.497,00 €	12.495,00 €	17.493,00 €	24.990,00 €
Gastos de explotación	(3.275,00€)	(6.275,00€)	(5.460,00€)	(8.460,00€)	(9.460,00€)	(10.460,00€)
Cuotas página web	(260,00€)	(260,00€)	(445,00€)	(445,00€)	(445,00€)	(445,00€)
Dominio	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)	(15,00€)
Mantenimiento web	(0,00€)	(2.000,00€)	(0,00€)	(2.000,00€)	(2.000,00€)	(2.000,00€)
Publicidad	(3.000,00€)	(4.000,00€)	(5.000,00€)	(6.000,00€)	(7.000,00€)	(8.000,00€)
EBITDA	3.329,69 €	3.240,79 €	14.671,31 €	20.716,60 €	29.317,38 €	43.824,33 €
Amortización del inmovilizado intangible	(5.012,50€)	(5.012,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)	(7.262,50€)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	-1.682,81 €	-1.771,71 €	7.408,81 €	13.454,10 €	22.054,88 €	36.561,83 €
RESULTADO FINANCIERO	- €					
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	-1.682,81 €	-1.771,71 €	7.408,81 €	13.454,10 €	22.054,88 €	36.561,83 €
Impuesto sobre el beneficio	- €	- €	(1.852,20€)	(3.363,53€)	(5.513,72€)	(9.140,46€)
RESULTADO DEL EJERCICIO	-1.682,81 €	-1.771,71 €	5.556,61 €	10.090,58 €	16.541,16 €	27.421,38 €

Fuente: elaboración propia

Tabla 27: Balance de situación del escenario pesimista

BALANCE DE SITUACIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO NO CORRIENTE	25.112,50 €	20.100,00 €	21.837,50 €	14.575,00 €	7.312,50 €	50,00 €
Inmovilizado intangible	25.112,50 €	20.100,00 €	21.837,50 €	14.575,00 €	7.312,50 €	50,00 €
Propiedad industrial	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €	125,00 €
Amortización acumulada propiedad industrial	(12,50€)	(25,00€)	(37,50€)	(50,00€)	(62,50€)	(75,00€)
Aplicaciones informáticas	30.000 €	30.000 €	39.000 €	39.000,00 €	39.000,00 €	39.000,00 €
Amortización acumulada inmovilizado intangible	(5.000,00€)	(10.000,00€)	(17.250,00€)	(24.500,00€)	(31.750,00€)	(39.000,00€)
ACTIVO CORRIENTE	6.604,69 €	9.845,48 €	15.516,80 €	34.381,19 €	60.335,05 €	98.645,66 €
Tesorería	6.604,69 €	9.845,48 €	15.516,80 €	34.381,19 €	60.335,05 €	98.645,66 €
TOTAL ACTIVO	31.717,19 €	29.945,48 €	37.354,30 €	48.956,19 €	67.647,55 €	98.695,66 €
PATRIMONIO NETO	14.317,19 €	12.545,48 €	18.102,09 €	28.192,67 €	44.733,83 €	72.155,20 €
Capital social	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €	16.000,00 €
Reservas		-1.682,81 €	-3.454,52 €	2.102,09 €	12.192,67 €	28.733,83 €
Resultado del ejercicio	-1.682,81 €	-1.771,71 €	5.556,61 €	10.090,58 €	16.541,16 €	27.421,38 €
PASIVO NO CORRIENTE	17.400,00 €	- €				
Deudas a largo plazo- 3Fs	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	17.400,00 €	
PASIVO CORRIENTE	- €	- €	1.852,20 €	3.363,53 €	5.513,72 €	26.540,46 €
Deudas a corto plazo 3Fs						17.400,00 €
Impuesto sobre sociedades a recuperar	- €	- €	1.852,20 €	3.363,53 €	5.513,72 €	9.140,46 €
PASIVO TOTAL	17.400,00 €	17.400,00 €	19.252,20 €	20.763,53 €	22.913,72 €	26.540,46 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31.717,19 €	29.945,48 €	37.354,30 €	48.956,19 €	67.647,55 €	98.695,66 €

Fuente: elaboración propia

Tabla 28: Flujos de efectivo del escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	0,00 €	6.604,69 €	9.845,48 €	15.516,80 €	34.381,19 €	60.335,05 €
Flujo de caja de explotación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobros explotación	6.604,69 €	9.515,79 €	20.131,31 €	29.176,60 €	38.777,38 €	54.284,33 €
Pagos explotación	(3.275,00€)	(6.275,00€)	(5.460,00€)	(10.312,20€)	(12.823,53€)	(15.973,72€)
Pagos explotación	3.329,69 €	3.240,79 €	14.671,31 €	18.864,40 €	25.953,85 €	38.310,62 €
Flujo de caja de inversión	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cobros por inversión	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Adquisición activos fijos	(30.125,00€)	- €	(9.000,00€)	- €	- €	- €
Total	(30.125,00€)	- €	(9.000,00€)	- €	- €	- €
Flujo de caja de financiación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fondos propios	16.000,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Deuda	17.400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Pago intereses	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Total	33.400,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Tesorería final del año	6.604,69 €	9.845,48 €	15.516,80 €	34.381,19 €	60.335,05 €	98.645,66 €

Fuente: elaboración propia

5 CONCLUSIONES

Las diferentes crisis económicas, la inflación y la subida de los alquileres han creado un escenario en el mercado español que hace que la gran mayoría de jóvenes no puedan independizarse solos, necesitando recurrir a los alquileres de pisos compartidos. En un contexto donde otras empresas se centran en el atractivo del inmueble, pero dejan de lado el aspecto más personal, nace FindMyRoomie.

FindMyRoomie es una plataforma web que, a través de su tecnología, busca ayudar a encontrar a esas personas, interesadas en encontrar un compañero de piso, el perfil que mejor encaje con ellos. Introduciendo aspectos como la edad, aficiones, estudios o trabajo, manías... la web consigue encontrar a perfiles con características similares para que juntos puedan encontrar un inmueble que poder compartir. Habiendo analizado los diferentes aspectos relacionados con la puesta en marcha de una startup con las características detalladas, se pueden obtener diferentes conclusiones:

En primer lugar, se tenía como objetivo realizar un análisis de la demanda del mercado de alquiler de pisos. Tras explorar diferentes fuentes estadísticas, se ha podido entender el aumento de la demanda por este tipo de alojamientos compartidos, dado el aumento de precios en los alquileres, que no van acorde a las subidas salariales. En España, fueron 1.390.000 personas aproximadamente las que vivían en un régimen de alquiler compartido en 2020 (INE, 2020).

Por otro lado, cada vez son más los estudiantes que eligen España como destino para cursar sus estudios universitarios. Muchos de ellos, se encuentran con problemas relacionados con el alojamiento durante este periodo, ya que apenas conocen a nadie y las ofertas en webs son escasas. Las universidades no suelen ofrecer de normal servicios de alojamiento por lo que, desde su propio país de origen, deben gestionar aspectos como encontrar un compañero de piso o alquilar un inmueble.

Con todo ello se entiende que existen ciertas necesidades que todavía no han sido cubiertas al completo por otras empresas. Aunque existen competidores que intentan solucionar alguno de los aspectos, como es el caso de *Spotahome*, *Idealista* o *Erasmusu*, no hay ninguno que llegue a dar con la solución total.

El segundo objetivo se centraba en desarrollar la idea de negocio a través de los diferentes elementos del Business Model Canvas. Los aspectos más importantes para destacar serían los siguientes: FindMyRoomie va dirigido a personas de entre 18 y 35 años que necesitan compartir una vivienda y desean hacerlo con alguien afín a ellos. Su propuesta de valor se centra en poder encontrar a través de tres sencillos pasos. Su formato de distribución será a través de una página web, y se realizarán dos actividades principalmente.

La funcionalidad principal de FindMyRoomie es la posibilidad de encontrar un compañero de piso a través del algoritmo de la web. El servicio dispone también de una versión Premium donde se ofrecen ventajas como la posibilidad de enviar mensajes sin la necesidad de haber conectado, o el posicionamiento del perfil, entre otros.

Dos años después de haberse creado una comunidad de usuarios, se subirá un escalón más, ofreciendo también a esos usuarios que ya han encontrado su compañero de piso diferentes anuncios de inmuebles para que puedan alquilarlos.

Por último, existirá un servicio especial, *FindMyRoomie for universities*, que ofrecerá a las universidades españolas la plataforma premium para sus estudiantes, con funcionalidades extras como la existencia de una comunidad universitaria formada por la propia red de estudiantes.

Los recursos claves para el desarrollo del negocio serían el desarrollo web de dicha plataforma, el cual ocuparía la gran mayoría del presupuesto de inversión inicial. La promoción del marketing sería también fundamental para lograr tener un mayor número de usuarios que conozcan el servicio. Sus canales de distribución vendrán relacionados con esto, siendo el número uno la propia web, pero utilizando también plataformas como TikTok o Instagram para poder llegar a un mayor número de usuarios.

El tercer objetivo tenía como finalidad desarrollar el plan financiero de la empresa y descubrir si el proyecto era viable o no. La inversión requerida para comenzar el proyecto ascendería a un total de 33.400€, que irían destinados al desarrollo de la página web y a costes relacionados con la campaña de marketing inicial o la adquisición de la

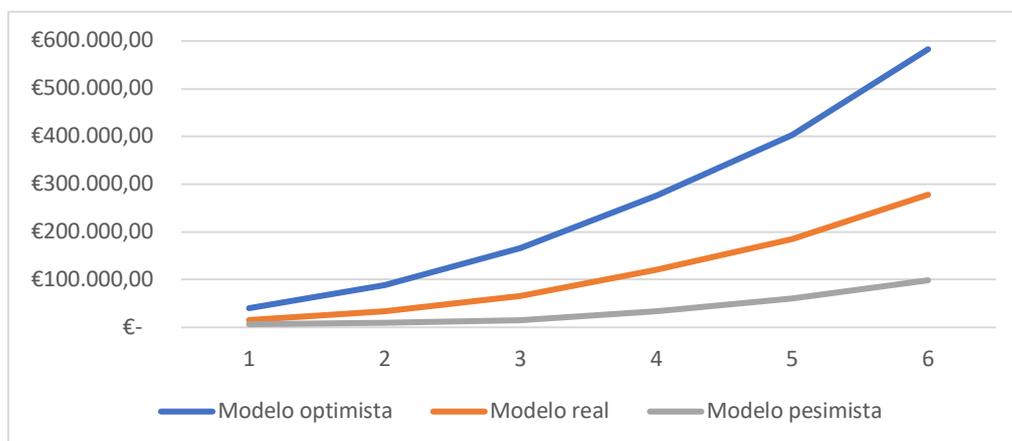
propiedad industrial. Como fuentes de financiación, se recurriría al capital social aportado por los propios socios de 16.000€, y el restante sería adquirido a través de de las 3Fs.

Los ingresos estarían relacionados con la suscripción premium de 3€ de los usuarios que pagasen por ella, los anuncios publicitarios de Google AdSense, las cuotas de 2.000€ cobradas a las universidades por la totalidad de sus estudiantes, y, por último, a partir del año 2, el coste de 24,99€ por anuncio publicitario de un inmueble. Los costes estarían enfocados al mantenimiento de la propia web, las cuotas relacionadas con ello, así como un presupuesto dirigido a marketing para continuar con la promoción de la empresa.

Habiendo establecido tres escenarios diferentes de un mayor a menor grado de optimismo con respecto a los usuarios que utilizarían dicho servicio, se ha podido observar que en los 3 casos se llegan a generar beneficios y que tan solo el modelo más pesimista comienza con pérdidas, pero consigue también recuperar ese margen.

La evolución de los flujos de caja de los tres escenarios, mostrados en la figura 10, muestran una tendencia positiva, y, a pesar de ser más limitados en el modelo pesimista, consigue generar casi 100.000€ en el año 5, siendo superado con creces en el modelo base y optimista. Todos ellos logran justificar las diferentes inversiones realizadas a lo largo de los años.

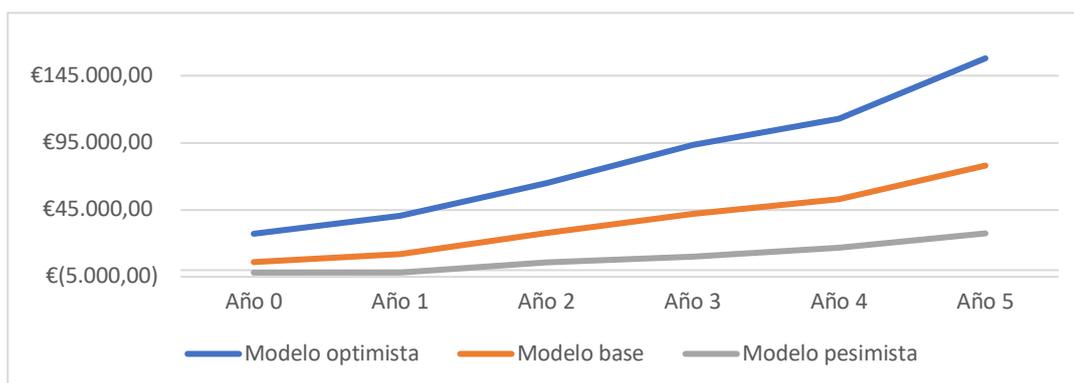
Figura 10: Evolución de los Estados de Flujo de Efectivo en los tres escenarios



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, el resultado del ejercicio consigue ser bastante positivo también, teniendo un crecimiento constante en los tres modelos, tal y como se observa en la figura 11. Es tan solo en el modelo más pesimista donde se generan resultados negativos durante los primeros años, no obstante, estos consiguen evolucionar progresivamente los años siguientes.

Figura 11: Evolución del Resultado del Ejercicio en los tres escenarios



Fuente: elaboración propia

Con todo esto expuesto, podemos concluir que, la idea de FindMyRoomie es una opción innovadora que consigue recoger diferentes necesidades que el mercado español tiene en estos momentos y que ningún otro competidor ha logrado solucionar al completo. Ofrece una alternativa diferente que aporta valor a la comunidad, fomentando también el consumo colaborativo, el ahorro de costes innecesarios y la ayuda para crear una experiencia única en las primeras fases de independencia.

No obstante, han existido también ciertas limitaciones, como es el aspecto de un desarrollo enfocado únicamente a la parte financiera, sin realizar ningún plan de marketing, estratégico o de operaciones. Por otro lado, con respecto a los ingresos financieros, existen ciertas cantidades que podrían variar, como es el caso de los anuncios publicitarios, ya que el hecho de tener un número de visitas mensuales no garantiza a la página web recibir esos importes que la propia calculadora de Google AdSense ofrece.

De cara a posibles estudios a futuro, sería recomendable centrarse en la transformación de la página web a una aplicación, dada la mayor funcionalidad que esta tiene para los usuarios, así como la posibilidad de una expansión a nivel internacional, incorporando países cuyos habitantes tengan características y necesidades similares.

6 REFERENCIAS

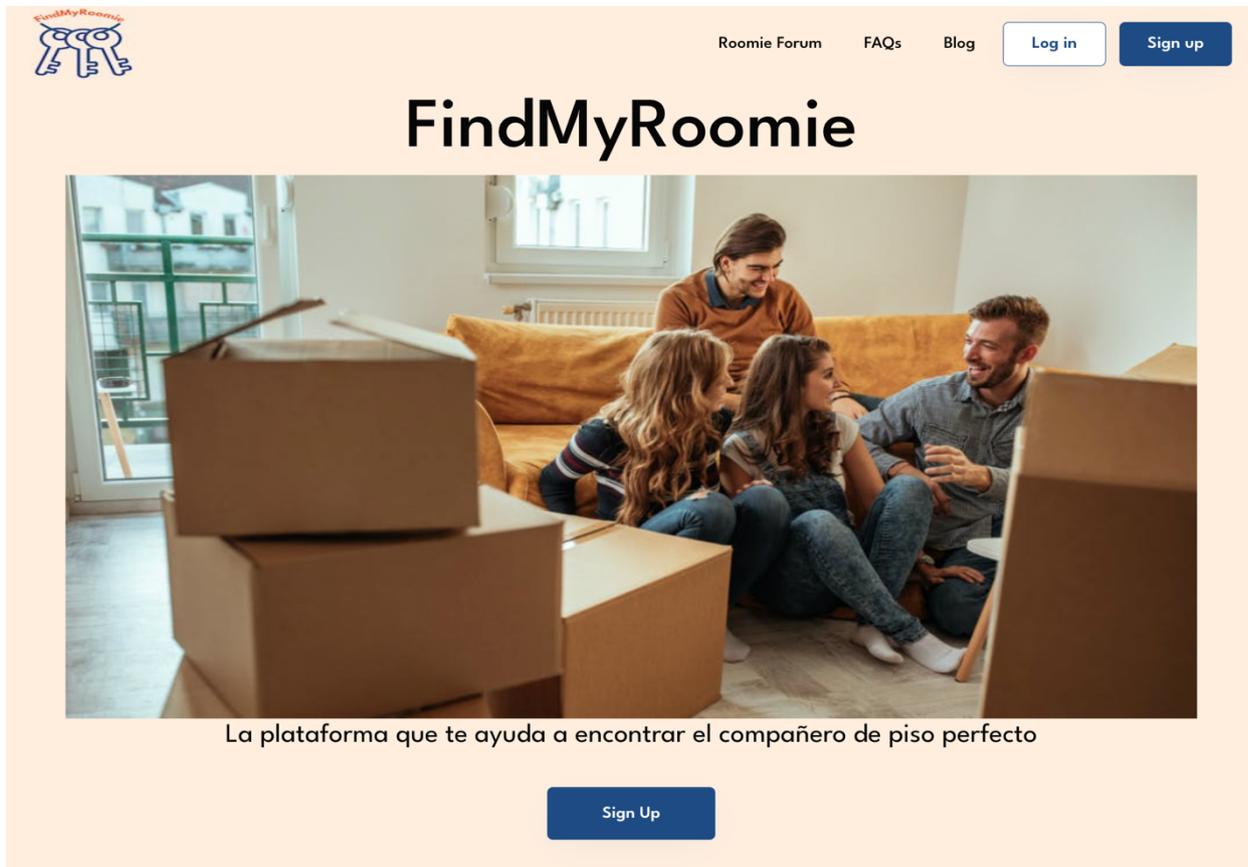
- Aassve, A., Arpino, B., y Billari, F. C. (2013). Age norms on leaving home: Multilevel evidence from the European Social Survey. *Environment and Planning A*, 45(2), 383-401.
- Agencia Tributaria. (2023). Portal de Educación Tributaria. *Instituto de Estudios Fiscales*. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de https://www.agenciatributaria.es/AEAT.educacion/Profesores_VT3_es_ES.html
- Bankinter. (22 de febrero de 2023). ¿Cómo están cambiando los precios de los alquileres en España? *Blog de economía y finanzas Bankinter*. Recuperado el 4 de marzo de 2023 de <https://www.bankinter.com/blog/mercados/precio-alquiler-espana>
- Benítez Cullerés, M. (2018). Las nuevas PropTech y su transformación digital aplicada al sector inmobiliario. *Universitat Politecnica de Catalunya*. Recuperado el 5 de marzo de 2023 de <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/130390>
- Billari, F. C., y Liefbroer, A. C. (2010). Towards a new pattern of transition to adulthood? *Advances in Life Course Research*, 15(2), 59-75.
- Boada, N. (7 de febrero de 2022). Modelo de suscripción, qué es y 10 tipos que existen. *Cyberclick*. Recuperado el 7 de marzo de 2023 de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/modelo-de-suscripcion-que-es-y-tipos-que-existen>
- Bubble. (s.f). Bubble: the best way to build web apps without code. *Bubble*. Recuperado el 2 de febrero de 2023 de <https://bubble.io/home/apps>
- Desarrollador web. (2023). *Malt*. Recuperado el 10 de marzo de 2023 de <https://www.malt.es/>
- Dickerson, M. (2016). Millennials, affordable housing, and the future of homeownership. *Journal of Housing affordability*. 24(3), 435-465. Recuperado el 4 de marzo de 2023 de <https://home.heinonline.org/>
- Digital Marketing Institute. (2019). What is SEO and how does it work? *Digital Marketing Institute*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-is-seo>
- Economía Digital. (2023). Este será el precio medio del alquiler en 2023 en cada una de las capitales de provincia de España. *Economía Digital*. Recuperado el 3 de marzo de 2023 de <https://www.economiadigital.es/inmobiliario/precio-alquiler-2023-capitales-provincia.html>

- El País Retina (2019). Badi, la empresa española que ha revolucionado el mercado del alquiler. *El País*. Recuperado el 6 de marzo de 2023 de https://elpais.com/retina/2019/05/10/tendencias/1557479676_649626.html
- Fernández-Ordoñez Agra, M. (2018). Valoración e inversión en *startups*. *Universidad Pontificia Comillas*. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/147972/retrieve>
- Fotocasa. (2020). ¿Cuál es el perfil de los que buscan vivienda para compartir? *Fotocasa blog pro*. Recuperado el 4 de marzo de 2023 de <https://blogprofesional.fotocasa.es/perfil-buscan-vivienda-para-compartir/>
- Garijo Campos, Ignacio. (2022). Los jóvenes españoles y la eterna gran depresión: radiografía de su situación socioeconómica 12 años después. *Universidad Loyola*. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de https://repositorio.uloyola.es/bitstream/handle/20.500.12412/3765/GarijoCampos_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gobierno de España. (2021). Estadística de internacionalización. *Sistema Integrado de Información Universitaria, ministerio de universidades*. Recuperado el 5 de marzo de 2023 de https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2022/11/Principales-resultados_2020_Final-b.pdf
- Gómez, Begoña. (2011). Erasmusu.com, un punto de encuentro para estudiantes internacionales con sello gallego. *La voz de Galicia*. Recuperado el 6 de marzo de 2023 de <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/retodigital/ocio/2011/03/02/erasmusucom-punto-encuentro-estudiantes-internacionales-sello-gallego/00031299094632221416639.htm>
- González Quiles, M. (2023). ¿Cuántas universidades hay en España? *La Razón*. Recuperado el 8 de marzo de 2023 de https://www.larazon.es/andalucia/cuantas-universidades-hay-espana_2023021463ebba0f2b5c78000125005f.html
- Google Ads. (2023). Planificador de palabras clave. *Google*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de <https://ads.google.com>
- Google AdSense. (s.f). Sobre AdSense. *Google*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de <https://adsense.google.com/intl/es-419/start/>
- INE (2020). Encuesta continua de hogares año 2020 (ECH). *Instituto nacional de estadística*. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de https://www.ine.es/prensa/ech_2020.pdf

- INE (2021). Decil de salarios del empleo principal. Encuesta de población activa (EPA). *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado el 29 de noviembre de 2022 de https://www.ine.es/prensa/epa_2021_d.pdf
- INE (2022). Población de 30 a 34 años con educación superior. *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado el 28 de febrero de 2023 de https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481089&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202021%20en,estos%20porcentajes%20han%20ido%20aumentando.
- López, J. (2015). Emprender en España sin inversión: el caso de Erasmusu.com. *Startupea*. Recuperado el 6 de marzo de 2023 de <https://javielop.com/startupea-inteligentemente/emprender-en-espana-sin-inversion-el-caso-de-erasmusu-com/>
- Maalsen, S. (2018). “Generation Share”: digitalized geographies of shared housing. *Social and cultural geography*. Recuperado el 27 de febrero de 2023 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14649365.2018.1466355>
- Mac Digital. (2022). The Best Option: Webflow vs WordPress vs SquareSpace vs Wix. *LinkedIn*. Recuperado el 12 de febrero de 2023 de <https://www.linkedin.com/pulse/best-option-webflow-vs-wordpress-squarespace-wix-macdigital/>
- Martínez Conesa, J. (2022). Fuentes de financiación para startups adaptadas al perfil del emprendedor. *Universidad Politécnica de Cartagena*. Recuperado el 28 de febrero de 2023 de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/11201/tfg-mar-fue.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz Orcera, R. (2018). Fundamentos de contabilidad. *IT&FI*. 3ª edición.
- Hatami, T y Mohammadreza, D. (2022). Students’ residential preferences: a case study in dormitories of University of Mohagheh Ardabili. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 21:4, 1348-1363. Recuperado el 8 de marzo de 2023 de <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/13467581.2021.1941987?needAccess=true&role=button>

- Namecheap. (2023). Domains registration. *Namecheap*. Recuperado el 21 de febrero de 2023 de <https://www.namecheap.com/domains/registration/results/?domain=www.findmyroomie.com>
- Oficina Española de Patentes y Marcas. (2023). Propiedad industrial. *Ministerio de industria, comercio y turismo*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de https://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/preguntas_frecuentes/FaqSignos14.html?modalidadFaq=modalidad.2#:~:text=El%20coste%2C%20por%20la%20inscripci%C3%B3n,cuestan%20alrededor%20de%2093%20euros.
- Prades Cutillas, Daniel. (2018). Fundamentos de derecho empresarial. *Editorial Aranzadi*.
- Regidor, R. (2023). Madrid es ya la segunda ciudad europea con mayor inversión en vivienda compartida. *The Objective*. Recuperado el 5 de marzo de 2023 de <https://theobjective.com/economia/2023-02-14/madrid-vivienda-compartida/>
- Santamaría López, Elsa. (2018). Jóvenes, crisis y precariedad laboral, una relación demasiado larga y estrecha. *Universitat Oberta de Catalunya*. Recuperado el 3 de marzo de 2023 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6467365>
- Spotahome. (s.f). Encuentra y reserva tu lugar ideal durante meses. *Spotahome*. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://www.spotahome.com/es?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=pmax-es&gclid=Cj0KCQjwwtWgBhDhARIsAEMcxeDjbDopgqz_CYThEPp7K4eBfO7QBu_ouy0dgPJGDkF2Y0F7jwEh34aArBXEALw_wcB&gclsrc=aw.ds
- Tamayo, M. (2023). La tensión de los alquileres da alas al negocio de las residencias de estudiantes. *La información*. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/tension-alquiler-da-alas-residencias-estudiantes/2881582/>
- Trustpilot. (s.f). Opiniones y reseñas. *Trustpilot*. Recuperado el 3 de marzo de 2023 de <https://es.trustpilot.com/>
- Vargas Soto, R. (2007). Estado de flujo de efectivo. *InterSedes*, 8(14), 11-136. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intersedes/article/view/880>
- Webflow. (s.f). Find your perfect plan. *Webflow*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de <https://webflow.com/?r=0>

Anexo 1: plantillas del diseño de la página web FindMyRoomie



The image shows the top portion of the FindMyRoomie website. At the top left is the logo, which consists of three stylized keys. To the right of the logo are navigation links: "Roomie Forum", "FAQs", and "Blog". Further right are two buttons: "Log in" (white with a blue border) and "Sign up" (solid blue). Below the navigation is the main heading "FindMyRoomie" in a large, bold, black font. Underneath the heading is a large photograph of four young adults (two men and two women) sitting on a yellow sofa in a bright room, surrounded by several cardboard boxes, suggesting they are in the process of moving. Below the photograph is the text "La plataforma que te ayuda a encontrar el compañero de piso perfecto". At the bottom center of this section is a blue "Sign Up" button.

Encuentra a tu compañero de piso ideal en 3 pasos



Regístrate

Puedes elegir la opción más cómoda, Google, Facebook o email.



Crea tu perfil

Cuéntanos qué haces, ¿estudias?, ¿trabajas?, ¿hobbies?, ¿manías?



Explora tus posibles compis

Selecciona quien más se ajuste a tus preferencias. Si es recíproco, ¡ya tienes compañero de piso!

¿Por qué FindMyRoomie?



Misión

Nuestro objetivo es ayudarte a encontrar al compañero de piso más compatible contigo.

[Learn more](#)



Visión

Queremos conseguir vivir en un mundo en el que las historias de compartir piso con un desconocido no sean de miedo.

[Learn more](#)



¿Quiénes somos?

Somos personas que hemos pasado por lo mismo que tú, y queremos ayudarte a que este proceso sea lo más fácil posible.

[Learn more](#)



¿Te gustaría unirme a la comunidad roomie?

Nombre

John Doe

Email

johndoe@gmail.com

Enviar

Pronto nos pondremos en contacto

Support

Documentación
Centro de ayuda
APIs

Company

Sobre nosotros
Equipo
Novedades

Legal

Política de privacidad
Términos y condiciones

Fuente: elaboración propia