

Pla d'Empresa:
Find your Place, S L

IES Cendrassos
2n de Batxillerat "B"
16/12/2011

Pla d'Empresa: *Find your Place*, S L

ÍNDEX:

-Introducció.....	5
-Agraïments.....	6
-Presentació de la idea:.....	7
Necessitat de satisfer.....	7
Com es cobreix.....	7
La idea.....	7
Viabilitat i innovació.....	8
Forma jurídica.....	9
Registre de patents i marques.....	10
-Estudi de mercat:.....	11
Dimensió i evolució del mercat.....	11
Anàlisi de les tendències dels usuaris i establiments...	11
Enquesta feta als usuaris.....	12
Enquesta feta als establiments.....	15
Descripció del sector i forces competitives.....	18
-Pla operatiu i anàlisi dels principals competidors:.....	22
Pla operatiu:.....	22
Estructura de la pàgina.....	22
Per què aquesta estructura.....	28
Anàlisi dels principals competidors.....	29
-Pla de màrqueting:.....	31
A curt termini.....	31

A mig termini.....	31
A llarg termini.....	32
-Pla econòmic i financer:.....	33
Càlcul de la inversió inicial.....	33
Finançament de la inversió inicial.....	33
Previsió del compte d'exploració.....	34
Previsió de tresoreria del primer any.....	36
-Conclusió del pla empresarial.....	37
-Conclusió del treball.....	38
-Annexos.....	39

INTRODUCCIÓ:

El treball que aquí us presento és per complir amb la tasca exigida a tots els alumnes en acabar el batxillerat. Es tracta d'analitzar algun tema que ens agradi, plantejant un hipotètic projecte i treure'n unes conclusions. Estudio a l'IES Cendrassos de Figueres, curso la modalitat del Batxillerat Social i sempre he estat interessat pel món de l'economia i les empreses, ja que en certa manera sempre hi he estat vinculat per raons familiars, sobretot amb el món de les empreses. Per tant, a l'hora de decidir sobre què fer el meu treball de recerca, no em va costar gaire decidir-me. Tenia clar que volia crear una empresa, però no sobre què. Vaig passar-me força temps per determinar-ne exactament el propòsit. Però des del principi vaig tenir predilecció en ubicar-la a Internet, centre de les noves xarxes d'intercanvis socials, i on pots crear una empresa amb un capital relativament reduït, pocs costos, i que permet arribar a tothom. Quan finalment vaig afinar la meua idea, va ser gràcies a unes revistes que llegia sobre emprenedors, i sobretot emprenedors del sector informàtic, on vaig veure que hi havia unes parts de mercats molt explotades a Internet, com per exemple la venda d'objectes de segona mà, el lloguer de cases o la reserva d'hotels. Vaig poder comprovar que encara quedaven variants per descobrir i/o desenvolupar; només calia trobar-los. Aquestes últimes paraules, van ser les que em van portar a fer el següent exercici: pensar en allò que no hagués vist a Internet i buscar si existia. En qüestió de pocs dies, aquest exercici, em va fer pensar que mai havia vist un cercador de bars i restaurants, i vaig buscar-ne pensant que obtindria molts resultats, però no va ser així. A més a més, vaig observar que els seus cercadors no eren del tot eficients, i que l'abast geogràfic era limitat. Per tant, la hipòtesi que vaig confeccionar consistia a crear una pàgina dotada d'un cercador més especialitzat en bars i restaurants, i que es poguessin trobar resultats per tot Espanya. A partir d'aquí, neix *Find your Place*, una pàgina web que té com a funció bàsica la cerca especialitzada de bars i restuarants per tota la Península Ibèrica. Un cop plantejada la hipòtesi, vaig haver de buscar quines eren les parts que formaven un pla empresarial i determinar què hi posaria a cada apartat. Dur a terme el pla empresarial ens permetrà saber si la hipòtesi és viable o no.

Agraïments:

M'agradaria fer un parèntesi per adreçar el meu sincer agraïment a la meva família, que m'ha ajudat escoltant-me i estimulant-me, amb les seves observacions, a definir-me a mesura que avançava el treball. En especial als meus avis Simó i Carme, l'experiència dels quals és present en els fonaments. I també al tutor d'aquest treball, Joan Font, que m'ha sabut guiar per assolir els objectius proposats. A tots ells gràcies.

PRESENTACIÓ DE LA IDEA:

Necessitat de satisfer:

És clar que qualsevol creació d'una empresa representa la satisfacció d'una necessitat, i la satisfacció adequada d'aquesta necessitat és la que haurà de reportar benefici. La necessitat que satisfà la meua empresa és la de trobar de manera ràpida, eficaç i gratuïta, aquell establiment amb unes característiques concretes, en una zona determinada. I cal destacar que satisfent aquesta necessitat se'n satisfà una altra, que és oferir als establiments la possibilitat de publicitar-se de manera poc costosa, en un espai accessible a tothom i on l'opinió pública de l'establiment es fa visible de diverses maneres.

Com es cobreix la necessitat:

Un cop vaig haver definit les dues necessitats esmentades anteriorment, vaig creure que la millor manera de satisfer-les era crear un cercador especialitzat en restaurants i bars el qual també oferís altres serveis a l'usuari, com per exemple crear-se la seva pròpia llista d'establiments, compartir-los amb altres usuaris, donar la seva opinió i puntuar-los, de manera gratuïta. En aquest cercador, també s'hi registrarien els restaurants, tindriem d'aquesta manera un perfil on posar tota la informació o material publicitari que desitgin, i on poder saber també l'opinió dels clients.

La idea:

La pàgina web que es desenvoluparà en aquest treball serà una pàgina on les persones que en facin ús podran trobar el restaurant o bar amb les característiques que desitgin, o similars, a la zona seleccionada. Per utilitzar la funció bàsica de la pàgina no caldrà registrar-s'hi. Si l'usuari ho desitja, hi haurà l'opció de crear-se un perfil gratuït on, per exemple, es podrà enregistrar una llista de restaurants o bars preferits. Sí que resultarà necessari el registre dels restaurants o bars que vulguin publicitar-s'hi, ja que el compte serà diferent i s'haurà de pagar una quota específica si es vol que l'anunci surti publicat.

Quan els usuaris facin la cerca, primer hauran d'emplenar els buits amb les característiques que desitgen, llavors, faran clic a "cercar." Un cop finalitzada la cerca apareixeran, a la dreta de la pàgina actual, el restaurant o restaurants que compleixin els

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

requisits demanats. En el cas que a la zona seleccionada no existeixi cap restaurant, apareixeran els que tinguin les característiques més similars possibles a les desitjades per l'usuari.

Quan, durant la cerca, surti, a la dreta, l'establiment que s'ha buscat, o d'altres similars a aquest, apareixeran, a sota, les imatges dels restaurants, o bars i un seguit d'informació bàsica, com per exemple: la localització, el telèfon, el nombre d'estrelles Michelin o altres premis, l'horari, etc. I al costat de la imatge sortirà la puntuació de l'establiment, feta sobre un màxim de deu punts i a partir de la mitjana extreta dels vots positius o negatius dels usuaris.

Un cop escollit el restaurant o bar, es faria clic a sobre de "perfil restaurants", on trobaríem més imatges, una descripció, la carta de menjars, vins i postres, possibles enllaços a articles de crítica del restaurant, etc.

Viabilitat i innovació:

El convenciment de la viabilitat d'aquesta idea, recau en el fet que, a la vegada que aquest nínxol de mercat -que és el de cercadors especialitzats en bars i restaurants- està poc explotat, el sistema de funcionament de la pàgina no és desconegut pels usuaris que l'utilitzarien, ja que fa temps que es fa servir, per exemple, en el sector automobilístic per a la venda de cotxes de segona mà, en el sector hotelier, de lloguer de cases, etc. Això farà que la fase d'adaptació de la pàgina s'escursi. Un altre punt que trobo que farà que sigui viable, és que a diferència de tots els altres sectors esmentats anteriorment, el funcionament d'aquesta pàgina per smartphones seria viable, perquè sovint la gent es troba en un lloc determinat sense saber a quin establiment volen anar a menjar o a prendre alguna cosa. Per tant, una cerca ràpida des d'un smartphone mitjançant aquesta pàgina web, seria una sol·lució ràpida i eficaç.

Pel que fa a la innovació, els aspectes que crec que la diferencien són:

- Quan l'usuari seleccioni unes característiques determinades per dur a terme la cerca, i en aquella zona en concret no existeixi cap restaurant que compleixi tots els requisits demanats, no es posarà només que no s'ha trobat aquell establiment en concret, sinó que tot seguit sortiran tots aquells establiments que més s'hi assemblin per tal que

Pla d'Empresa: *Find your Place*, S L

l'usuari no hagi de reiniciar la cerca, ni hagi d'anar canviant les característiques fins a tenir sort. Això farà que la cerca es faci de manera molt més ràpida i eficaç. A més a més, per fer-ho més visual, les característiques que tinguin els establiments, sortiran remarcades en verd. Així serà més fàcil visualitzar quines característiques, de les seleccionades anteriorment, té el restaurant que hem escollit.

-Hi haurà un canal de notícies on trobar totes les novetats relacionades amb el sector.

-L'usuari podrà crear-se un perfil que li permeti elaborar llistes on podran constar aquells establiments on ha anat i que li han agradat més, aquells que prèviament ha escollit per anar quan sigui de viatge, etc. I dins d'aquesta llista tindrà la possibilitat d'agrupar-los per categories (elegants, romàntics, ràpids, etc.). Una altra funció a destacar d'aquest perfil seria la possibilitat de recomanar establiments a altres usuaris.

Amb aquests punts es vol aconseguir facilitar la cerca, mantenir informats, als usuaris, dels esdeveniments més importants d'aquest sector, i donar-los la possibilitat de tenir un perfil propi dins de la pàgina el qual li permetrà gestionar de manera senzilla tot els establiments que desitgi, interactuar amb altres usuaris, per exemple, recomanat-se establiments, etc.

Forma jurídica:

Qualsevol negoci ha de tenir una forma jurídica. Però cada negoci adoptarà aquella forma jurídica que més li correspongui, tenint en compte la seva activitat present i futura, ja que el tractament fiscal i normatiu de cada societat és diferent. En el cas de l'empresa que s'esta creant, *Find your Place*, crec que la millor forma jurídica és una societat limitada (SL). És una forma jurídica que requereix un capital social mínim de 3.005,06 €, totalment subscrit i desemborçat en el moment de la constitució, i que es troba dividit en participacions. En aquest tipus de societat el nombre de socis és il·limitat. En el nostre cas, el capital social inicial, estarà dividit en el 55% que provindrà d'una aportació pròpia, i el 45% restant, que provindrà de la venda de participacions que s'hagin fet a empreses que vulguin formar part de la societat limitada. És una forma jurídica que permet ampliar fàcilment el capital, a partir de l'aprovació de la junta, mitjançant una aportació monetària o no monetària (compra de material, d'un local, d'elements de transport, etc.), en cas que l'empresa es trobés en un moment d'expansió i ho necessités.

Registre de patents i marques:

Es té la intenció de registrar el nom *Find your Place*, i comprar-ne el domini *.com*, per evitar-ne l'ús de tercers. Igual que amb el logotip de l'empresa, ja que és un disseny exclusiu d'aquesta.

ESTUDI DE MERCAT:

Dimensió i evolució del mercat:

En una societat com la actual, on s'acostuma a menjar fora de casa, per motius com les activitats d'oci: vaitjar, sortides els caps de setmana, etc., o per feina: negocis, viatges de negoci, etc., i on és habitual sortir a les nits, sobretot quan s'està de viatge, un cercador especialitzat que garanteixi bons resultats és necessari, ja que, per exemple, des de l'any 2001, en què van haver-hi a Espanya un total de 48.565.344 turistes, s'ha experimentat un creixement continuat fins arribar als 57.192.013 turistes l'any 2008. Conseqüència en gran part de l'augment del nivell de vida i del creixent ús de les companyies aèries de baix cost, acompanyades de nombroses ofertes d'hotels a un preu assequible. Per tant, el meu plantejament és que si en el mercat hi ha tantes ofertes de companyies de *low cost*, i encara més d'hotels o cases de lloguer, conseqüència d'una demanda creixent, seria de gran utilitat complementar aquests serveis amb el d'un cercador especialitzat que pogués detectar un establiment en una zona determinada a partir de les característiques determinades anteriorment.

Cada vegada més, hi ha un interès creixent per la gastronomia i per gaudir de llocs que ofereixin un bon servei a un preu assequible. Per tant, en ciutats com Barcelona on la competència en aquest sector és molt gran i es veu afectada per les grans cadenes de restaurants amb les quals només es pot competir oferint més qualitat de servei i menjar, però no amb millors preus, és important la diferenciació o l'especialització per sobresortir entre el gran nombre d'establiments. Llavors, un cercador especialitzat que ofereixi durant la cerca un seguit de característiques específiques que permetin a l'usuari fer més precisa la cerca, resulta interessant i pot resultar lucratiu per als establiments que busquin diferenciar-se de la resta.

Anàlisi de les tendències dels usuaris i establiments:

Per analitzar les tendències dels usuaris i establiments m'he servit de dues enquestes diferents per saber què opinaven la gent del producte, els mètodes de publicitat més utilitzats, la freqüència amb què se surt a menjar fora, entre altres coses. Tot seguit, us presento les gràfiques corresponents a cada pregunta i la interpretació de les respostes dels enquestats/de:

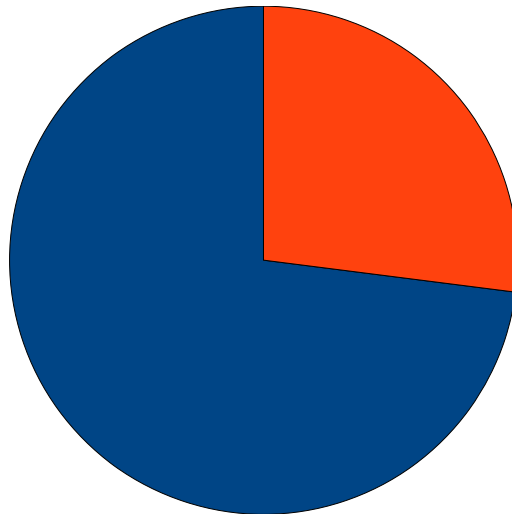
Enquesta feta als usuaris:

Per fer l'enquesta dels usuaris, he agafat una mostra de 100 persones compreses entre les edats de 18 i 60 anys.

1) Et seria útil una pàgina web amb la qual poguessis trobar els restaurants segons els teus gustos a qualsevol lloc, apte també per smartphones?

En aquesta pregunta les possibles respotes eren: a) Sí, (blau) b) No (vermell).

A continuació es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:

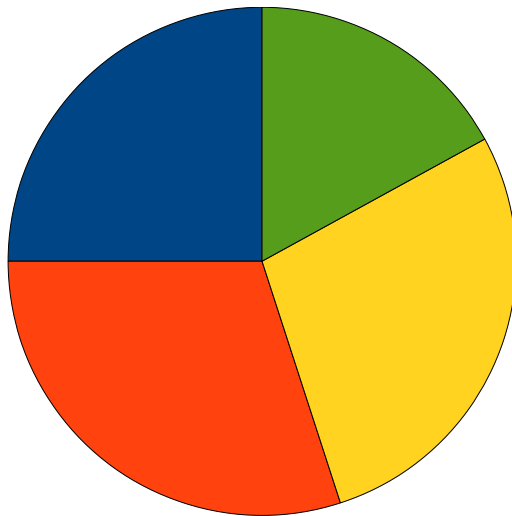


Un total de 73 persones han respost **Sí**, i un total de 27 han respost **No**. Amb aquests resultats podem observar com a una gran majoria, en principi, li seria útil una pàgina web on poder trobar aquests serveis.

2) Amb quina freqüència surts a menjar fora durant el més?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) 0-2 (blau) ; b) 2-3 (vermell); (c) 3-4 (groc) ; d) més de 4 (verd).

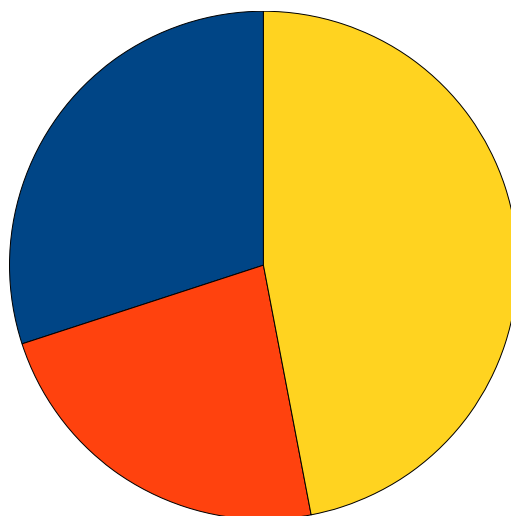
Tot seguit, es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



Aquí podem observar que de les 100 persones enquestades, 25 han respost de **0-2**; 30 han respost de **2-3**; 28 han respost de **3-4**; i finalment 17 han respost **més de 4**. Amb els resultats obtinguts veiem que hi ha moltes persones, de les 100 enquestades, que surten a menjar fora. És clar que no sempre per oci, sinó que una gran majoria ho fan per feina o altres motius.

3) Si anessis de viatge, et seria útil crear una llista dels llocs on t'agradaria anar a menjar o sortir a la nit, si existís una aplicació que et pogués oferir aquest avantatge?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) Sí (blau); b) No (vermell); c) Potser (groc). Tot seguit, es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



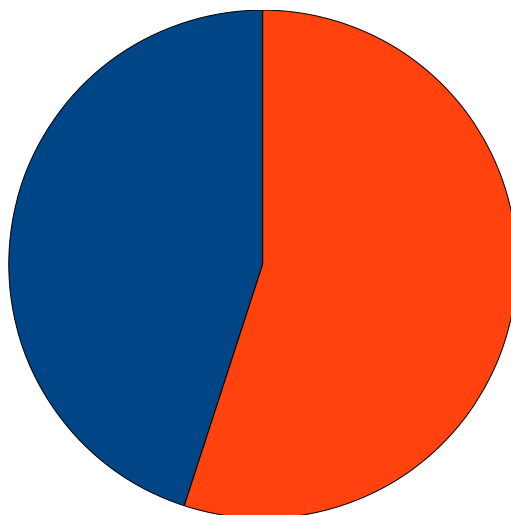
Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

De les 100 persones enquestades, 30 han respost **Sí**; 23 han respot **No**; i 47 han respost **Potser**. A partir d'aquests resultats, podem observar que una gran part de les persones enquestades no saben si aquest servei els seria útil. Mentre que n'hi ha més, del total enquestat, que opinen que sí, que se'n serviren.

4) T'agradaria poder estar fàcilment al dia d'esdeveniments com per exemple noves obertures de bars o restaurants, ofertes, convencions relacionades amb aquest món, etc?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) Sí (blau); b) No (vermell).

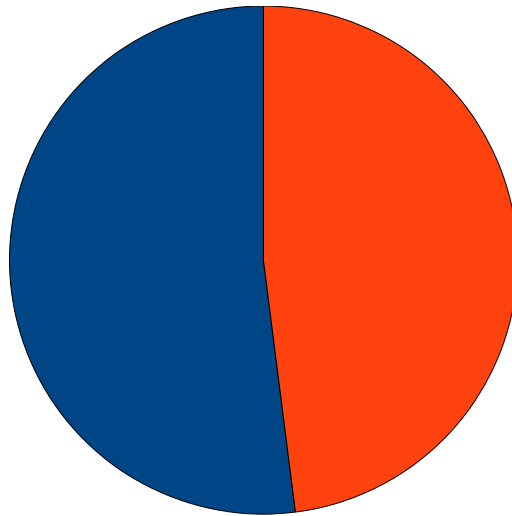
Tot seguit, es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



En aquesta pregunta, de les persones enquestades, 36 han respost que **Sí**, i 44 han respost que **No**. La qual cosa ens fa nortar que hi ha més persones que no trobarien útil el servei aportat pel canal notícies. Aquí però, cal tenir en compte que així com a una persona li pot resultar útil el cercador, o d'altres serveis de la pàgina, n'hi ha que, per no saber com funciona el món internàutic, o per simple manca de temperament innovador, es conformen amb sistemes d'informació rutinaris..

5) Què prefereixes:

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) *Poder-te informar prèviament mitjançant webs o guies especialitzades dels restaurants que trobaràs prèviament en una zona determinada* (blau). b) *Investigar pel teu propi peu un cop et trobis en aquesta zona* (vermell). Tot seguit, es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



En aquesta pregunta del total enquestat, 52 persones han respost **a)**; i 48 persones han respost **b)**. Veiem, per tant, que la majoria es decanta lleugerament per informar-se prèviament dels establiments que podrà trobar en una zona determinada.

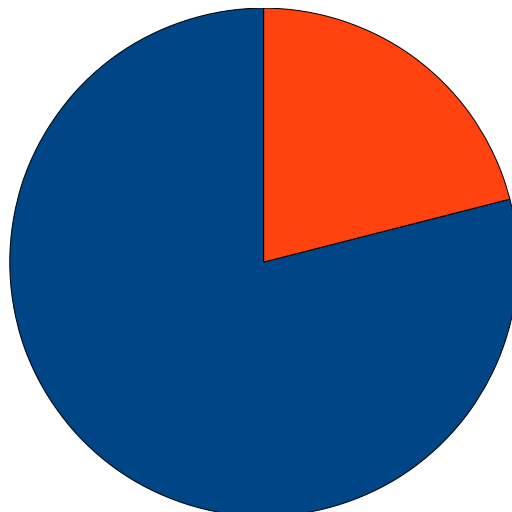
Enquesta feta als establiments:

Per fer l'enquesta als establiments, he agafat una mostra de 20 establiments, 10 bars i 10 restaurants.

1) Esteu anunciats en algun lloc?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) Sí (blau); b) No (vermell).

Tot seguit es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



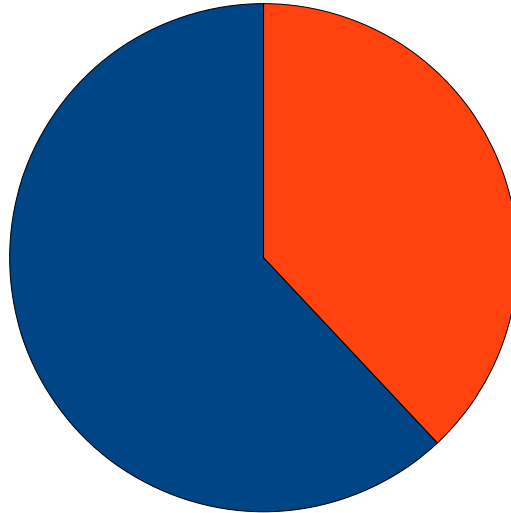
En aquesta pregunta un 79 persones del total enquestat, han respost que **Sí**; mentre que 21 han respost que **No**. És normal que la gran majoria d'establiments estiguin publicitats, ja que és un mitjà per donar-te a conèixer. Però aquesta pregunta ens ha servit per veure

que no tots els establiments dels enquestats ho fan, i podem deduir que un dels possibles motius és la falta de pressupost per pagar tarifes de publicitat elevades.

2) Disposeu d'una pàgina web pròpia del vostre establiment?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) Sí (blau); b) No (vermell).

A continuació es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:

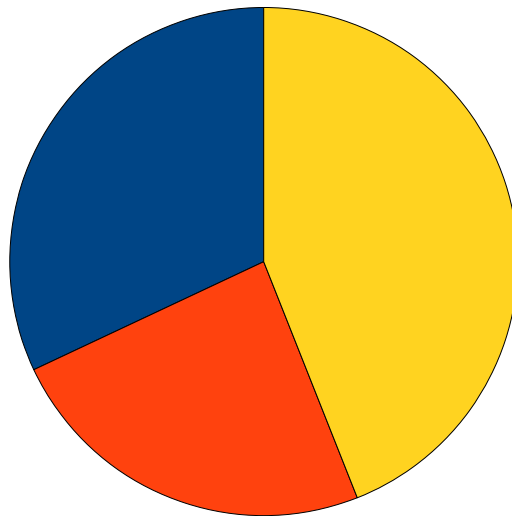


En aquesta pregunta, del total enquestat, 62 han respost **Sí**, mentre que 38 han respost **No**. Els resultats ens mostren que la majoria d'establiments tenen pàgina web pròpia, però no és una majoria molt alta. Això pot ser degut als alts preus que es paguen per la creació de pàgines webs pròpies.

3) Si haguéssis de publicitar el teu establiment on ho faries?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) *En una revista* (blau); b) *En una falca radiofònica* (vermell); c) *En una pàgina Web* (groc).

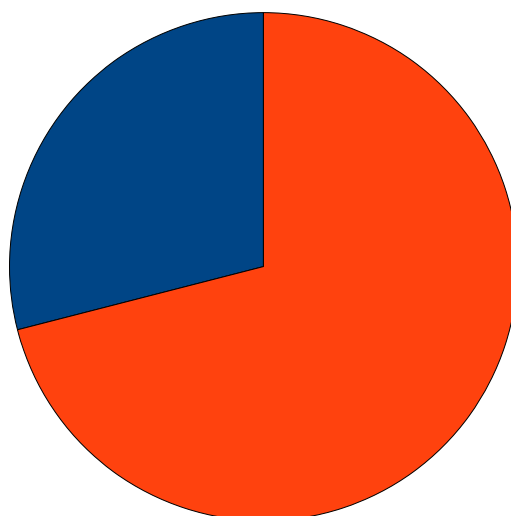
Tot seguit es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



En aquesta pregunta podem observar com del total dels enquestats, 32 han respots ***En una revista***; 24 ***En una falca radiofònica*** (blau); i 44 ***En una pàgina web*** (vermell).. Es pot observar a partir dels resultats, com un total dels enquestats, si s'hagués de publicitar, ho faria en una pàgina web. Possiblement és així perquè és un mitjà que arriba a més gent.

4) Quin és el vostre mètode de reserva?

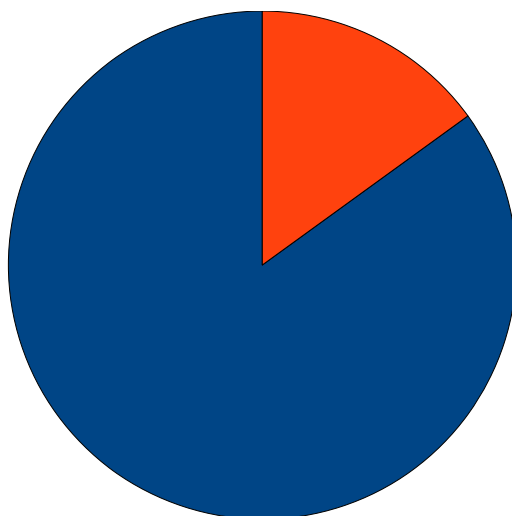
En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) *Faig servir mètode de reserva on-line* (blau); b) *Faig servir un mètode de reserva convencional* (vermell). Tot seguit es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



En aquesta pregunta, del total enquestat, 29 han respost **Faig servir un mètode de reserva on-line**; i 71 **Faig servir un mètode de reserva convencional**. Podem observar, a partir dels resultats, que la gran majoria dels establiments encara no tenen un servei de reserva on-line. Un sistema que és més ràpid que els convencionals.

5) Creieu que us aportaria benefici sortir en un cercador a nivell peninsular especialitzat en bars i restaurants?

En aquesta pregunta les possibles respostes eren: a) Sí (blau) ; b) No (vermell). Tot seguit es mostra la gràfica obtinguda amb els resultats de l'enquesta:



En aquesta pregunta, del total enquestat, 85 han respost **Sí**; i 15 han respost **No**. Els resultats mostren com una gran majoria, creu que publicitar-se en un lloc web especialitzat a nivell peninsular, pot ser molt beneficiós per al seu establiment.

Descripció del sector i forces competitives:

En el sector de mercat que vull explotar, de les cinc forces competitives (proveïdors, clients, competidors actuals, productes substitutius i entrants potencials), només farem l'anàlisi dels clients, competidors actuals, productes substitutius i entrants potencials. Perquè la nostra empresa no necessita proveïdors, ja que són els mateixos establiments que paguen per sortir publicats en el cercador. I passa el mateix amb les empreses que es volen publicitar.

Competidors actuals:

El sector de mercat de la cerca de restaruant, és un sector poc explotat. Si explorem una mica cercant restaurants per Internet, trobarem un gran nombre de pàgines poc especialitzades que només ofereixen el servei de cerca, i en molts casos l'èxit de trobar l'establiment desitjat requereix que se'n conegui prèviament el nom. D'altres, van una mica més enllà i t'ofereixen la possibilitat de trobar l'establiment a partir d'unes poques característiques, que, per manca de restaurants registrats en segons quines zones geogràfiques, no obté resultats i no te n'ofereix de similars. La manca de professionalitat, també es fa evident en el disseny, la funcionalitat i la manca d'informació que tenen moltes pàgines del sector. A més a més, les pàgines esmentades anteriorment només ofereixen resultats en restaurants o hotels, sense oferir la possibilitat de trobar-hi bars, o de tenir l'opció de poder-s'hi publicitar.

Però no només trobem aquest servei en aquest nínxol de mercat, sinó que apartant-nos lleugerament del servei que hem estat tractant anteriorment, la cerca especialitzada d'establiments, cal destacar, que hi ha un seguit de pàgines que estan especialitzades en la creació de pàgines web de bars o restaurants, a partir d'una plantilla. Si mirem les tarifes d'aquesta pàgina, és evident que volen vendre't la idea que pagant menys pots aconseguir els mateixos resultats que amb una pàgina personalitzada, que evidentment inicialment sempre serà més costosa. Però en el decurs de l'anàlisi realitzat a l'apartat d'*Anàlisi dels principals competidors*, veurem que no sempre aconseguen els mateixos resultats que en la personalització.

Clients:

En el nostre sector de mercat cal diferenciar entre tres classes de clients: els usuaris, que són persones no propietàries de cap establiment que tenen la necessitat de trobar, mitjançant una cerca especialitzada aquell bar, o aquell restaurant determinat en una zona concreta, amb la possibilitat de registrar-se gratuïtament; per altra banda, els establiments, que poden ser bars o restaurants que busquen un manera de publicitar-se que els sigui benefiosa i poc costosa; i finalment, aquelles empreses que no són ni bars ni restaurants però que estan relacionades, o no, amb aquest sector, i que volen publicitar-se.

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

Per part dels usuaris, no sorgeix cap problema, perquè tots els serveis creats per satisfer les seves necessitats es poden utilitzar de manera gratuïta. Per altra banda, els establiments hauran de pagar una quota per poder-s'hi registrar, i figurar-hi d'aquesta manera, com a resultat d'una cerca. Les tarifes que s'establiran en funció del temps que s'hi vulgui publicitar i de la renovació de contracte, s'intentaran que estiguin per sota de les de la competència. També existiran paccs especials per a clients que registrin més d'un establiment, descomptes ocasionals, etc. Per últim, les empreses que vulguin disposar d'un espai publicitari a dins de la pàgina hauran de pagar una quota fixa que variarà en funció de les dimensions de la publicitat, i que no serà negociable.

Productes Substitutius:

Pel que fa als productes substitutius, actualment no existeix cap servei que satisfaci a nivell peninsular, les necessitats que satisfà la meua pàgina web. Com s'ha dit anteriorment, existeixen pàgines semblants, però algunes enfocades només a ciutats o territoris concrets. Un possible producte substitutiu però, és una pàgina web amb aplicació també per smartphones anomenada *Atrápalo Restaurantes*, que et situa tots els restaurants que tens més aprop de la zona on et trobes.

En un món tan globalitzat com el d'avui, on crear una pàgina web no és res de complicat i que en qüestió de pocs mesos pot estar en marxa, i si es tenen coneixements de programació, el cost no és gens elevat. Una idea original pot deixar-ho de ser en poc temps. Per tant, el factors diferenciadors d'unes pàgines amb altres a part de la seva originalitat, són el funcionament dinàmic i entenedor, un disseny poc carregat i pràctic, i sobretot la fiabilitat que transmet una pàgina respecte a dos factors: la qualitat del seu producte i la seguretat a l'hora de fer efectiu un pagament. Aquests són els punts que es procurarà que assoleixi la meua pàgina per tal que tot i ser pionera en aquest sector de mercat, pugui seguir destacant-se en el possible cas que sortissin competidors.

Entrants Potencials:

És fàcil d'accedir-al sector de mercat on volem entrar, ja que les barreres d'entrada no són gaire costoses. Aprofitant que la barrera d'entrada té un cost accessible, i que l'explotació és gairebé nul·la, si ho comparem amb altres sectors semblants, s'han d'assolir dos

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

objectius: entrar ràpidament en funcionament i crear una imatge forta, mitjançant innovacions que consolidin cada vegada més la relació de confiança dels usuaris i els establiments amb la nostra pàgina web, i invertir en millores contínues de la pàgina per tal que sempre estiguem situats un pas per davant dels possibles competidors, que avui són dèbils, però que poden créixer fàcilment. Sí s'assoleixen de bon principi aquests objectius farà que es garanteixi el futur de la pàgina tot i la nova competència que pugui sorgir.

PLA OPERATIU I ANÀLISI DELS PRINCIPALS COMPETIDORS:

Pla Operatiu:

-Estructura de la pàgina:

Find your Place s'organitzarà a partir d'una pàgina d'inici des d'on es podrà accedir a tots els altres apartats. Tot seguit, faré una explicació de com està organitzada la pàgina:




Pàgina d'inici

El diagrama mostra la disposició dels elements principals de la pàgina d'inici:

- A l'esquerra superior hi ha un botó vermell amb el text "Buscar".
- A l'esquerra inferior hi ha un rectangle gris amb el text "Publicitat".
- A la dreta superior hi ha un formulari de registre per a "Usuaris:" amb camps per "Correu electrònic" i "Contrassenya", i un botó vermell "Registra't".
- A la dreta inferior hi ha un formulari de registre per a "Establiments:" amb camps per "Correu electrònic" i "Contrassenya", i un botó vermell "Registra't".

1) A la part superior esquerra de la pàgina d'inici, hi trobarem un apartat de cerca ràpida per a persones no registrades. Si es fa clic a cerca, es desplegaran, a l'esquerra, totes les característiques possibles per fer la cerca, i, a la dreta en sortiran els establiments resultants.

Cercador

Característica 1		Nom
Característica 2		Puntuació: 5
Característica 3	Informació mínima a destacar	
Característica 4		
Característica 5		Nom
Característica 6		Puntuació: 5
Característica 7	Informació mínima a destacar	
Característica 8		
Característica 9		Nom
Característica 10		Puntuació: 5
Característica 11	Informació mínima a destacar	
Característica 12		

Les persones que facin ús d'aquesta cerca ràpida, no podran gaudir dels avantatges que ofereixen els perfils per a usuaris registrats, com per exemple classificar els establiments en llistes pròpies, recomanar restaurants a altres usuaris, afegir els restaurants com a amiatat i rebre novetats d'ofertes i esdveniments, etc.





2) Si es vol accedir al compte s'hauran d'omplir els requisits corresponents un cop enregistrat. En cas de no estar enregistrat, s'accedirà a una altra pàgina on s'haurà d'omplir un mínim d'informació per crear el perfil. Un cop es disposi d'un perfil propi, s'accedirà a la pàgina principal per a usuaris enregistrats. En aquesta, hi trobarem:

2.1) Un apartat de cerca d'establiments, on apareixerà, a l'esquerra, un seguit

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

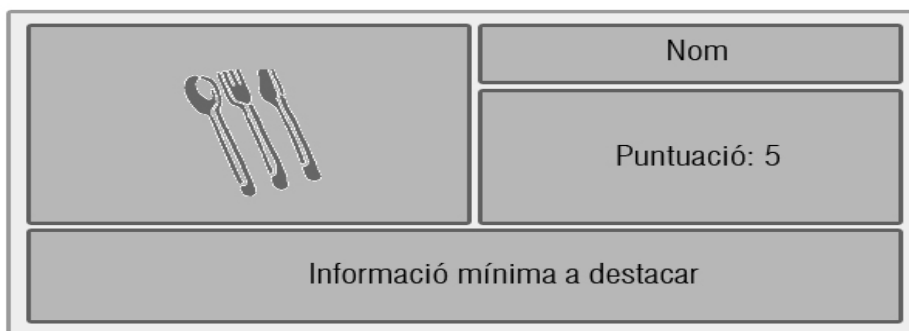
de característiques que l'usuari emplenarà per trobar l'establiment desitjat. Un cop es comenci la cerca, a la dreta de la pàgina, hi apareixerà una llista amb l'establiment o establiments que compleixin totes les característiques o quasi totes. Quan se seleccioni un restaurant, les característiques que posseeixi de les escollides anteriorment, sortiran a l'esquerra, remarcades en verd.

Perfil 1

Característica 1 <input type="text"/>	 Nom Puntuació: 5 Informació mínima a destacar
Característica 2 <input type="text"/>	
Característica 3 <input type="text"/>	
Característica 4 <input type="text"/>	
Característica 5 <input type="text"/>	
Característica 6 <input type="text"/>	
Característica 7 <input type="text"/>	
Característica 8 <input type="text"/>	
Característica 9 <input type="text"/>	
Característica 10 <input type="text"/>	
Característica 11 <input type="text"/>	
Característica 12 <input type="text"/>	
Publicitat	 Nom Puntuació: 5 Informació mínima a destacar
Publicitat	 Nom Puntuació: 5 Informació mínima a destacar
Publicitat	 Nom Puntuació: 5 Informació mínima a destacar

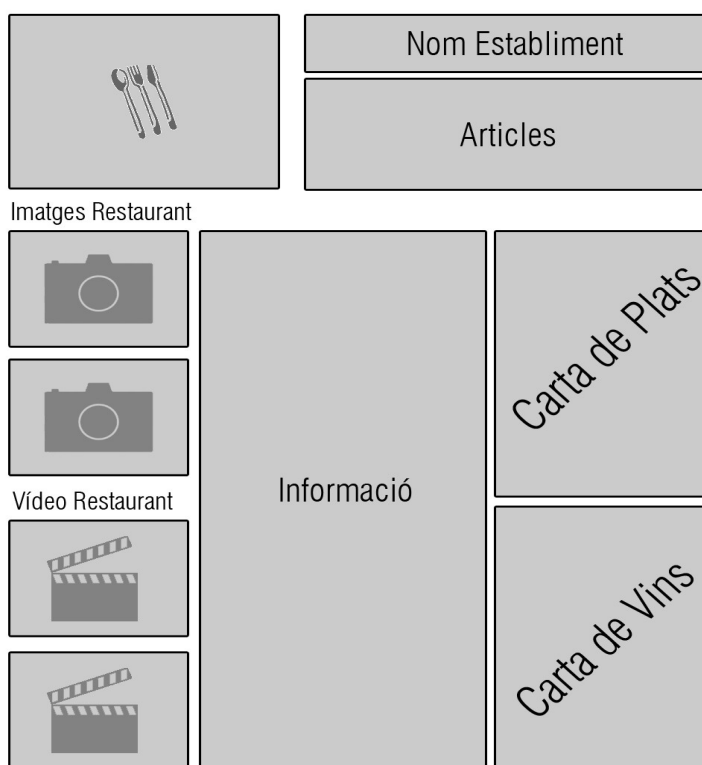
Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

Cada establiment que aparegui a la dreta apareixerà amb la seva foto principal, el nom de l'establiment al costat de la foto. Sota del nom, apareixerà la puntuació, elaborada a partir de la mitjana de vots positius o negatius fets pels usuaris. I a sota la imatge, un mínim d'informació, com per exemple: localització, telèfon, nombre d'estrelles Michelin o altres premis, horari i preu del menú. Si més endavant, si es creu convenient, s'hi poden afegir més punts d'informació bàsica.



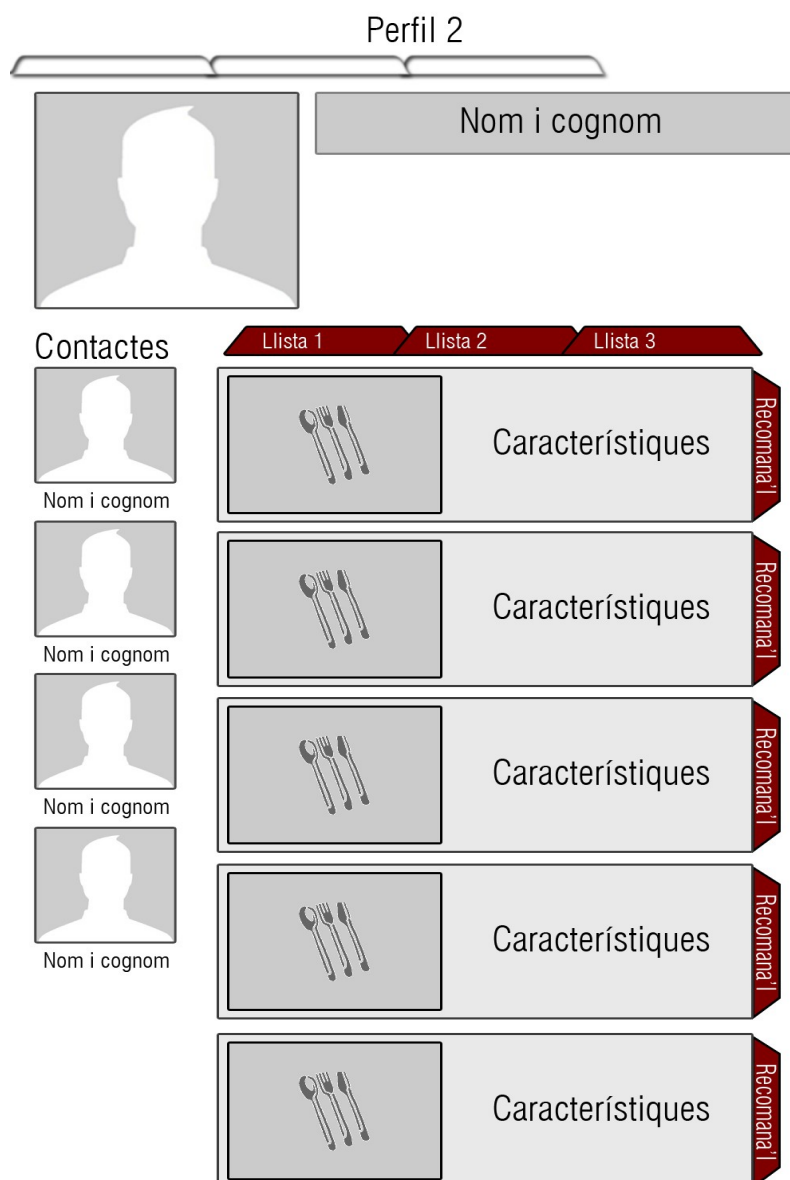
Quan es faci clic a sobre la finestra de l'establiment que es vulgui escollir, l'usuari anirà directament al perfil d'aquest. Allà, s'hi podrà trobar més informació, més imatges, vídeos, crítiques, cartes i preus, etc. En el perfil de l'establiment, també hi haurà l'opció d'afegir-lo directament en una de les llistes de l'usuari o d'afegir-lo com a amic.

Perfil Restaurants



Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

2.2) A l'apartat del perfil personal, hi trobarem una foto de l'usuari, el nom, una llista d'altres usuaris, o establiments, que tingui com a amics junt a les seves llistes d'establiments, amb la possibilitat de crear-ne de noves, i amb un botó, a la dreta de cada establiment, que en formi part i que ofereixi la possibilitat de recomanar-lo a d'altres usuaris.



2.3) El tercer apartat serà el que estarà dedicat a les notícies, i on també apareixerà més publicitat. En el tercer canal de notícies, s'hi podran trobar tota mena d'esdeveniments diversos relacionats amb el món de la gastronomia. Per exemple, s'hi podrien trobar noves obertures, convencions, restaurants que han estat premiats, articles

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

sobre nous plats, plats curiosos, tècniques innovadores de cuina, etc. L'objectiu d'aquest apartat serà donar a conèixer el més important d'un sector que estar en ple creixement i en contínua innovació, i que cada dia capta més públic.



3) L'apartat número tres de la pàgina d'inici és el que permet als establiments entrar al seu compte, o crear-se'n un. Quan els establiments es crein un perfil, hauran de pagar, més o menys, en funció del temps que vulguin sortir publicitats. Després, un cop acabat l'any, si es vol mantenir l'anunci s'haurà de pagar una quota de manteniment.

Un aspecte d'aquesta pàgina a tenir en compte, és que tot i que tots els establiments es troben dins d'una mateixa pàgina web, cada un podrà personalitzar el seu perfil de la manera que cregui més adient, i proveir-lo de tota aquella informació o material publicitari que cregui més convenient. A més a més, el propietari d'aquell compte, rebrà sol·licituts d'amistats d'usuaris interessats en el seu establiment, tenint, d'aquesta manera, la possibilitat d'avisar-los per correu privat a tots alhora, quan hi hagi esdeveniments,

ofertes, etc.

-Per què aquesta estructura?:

Fer dissenyar una pàgina és un procés costós, per tant, he volgut fer jo mateix el disseny de la meva pàgina, amb no només l'objectiu d'avaratir costos, sinó també perquè de la mateixa manera que ara estic portant a terme un projecte empresarial, que és concretament la creació d'una pàgina web, he estat i sóc, usuari de moltes altres pàgines amb funcionalitats diverses, i he pogut observar quins sistemes funcionen millor, quins dissenys atrauen més i quin és l'objectiu final de molts d'aquest dissenys. I per elaborar-la, m'he basat en diferents aspectes:

-Estructura senzilla i poc carregada:

Serà prioritari el fet d'aconseguir una estructura general de la pàgina senzilla i molt visual, que no estigui carregada de molta publicitat, títols, etc. Que farà que entri més per la vista, i que el client no es cansi d'estar-hi.

-Procurar que l'usuari pugui dur a terme qualsevol procés amb pocs passos:

Un dels objectius principals, i possiblement el més important de la web 2.0, és aconseguir la màxima satisfacció dels usuaris mitjançant una experiència d'ús àgil, que no suposi un gran esforç per a l'usuari. És veritat, també, que la meva pàgina assoliria altres objectius de la web 2.0, com per exemple, la facilitat de compartir informació i després utilitzar-la, fomentant, d'aquesta manera, la col·laboració entre usuaris.

-Un sistema de cerca utilitzat:

Aquest aspecte és important, ja que un cop posada en funcionament la pàgina, el que ha de funcionar més és el cercador d'establiments, que és la funció principal de la pàgina i de la qual se n'obtidran també més beneficis. Per això en comptes d'aventurar-me a dissenyar un mètode de cerca nou, he preferit agafar el més utilitzat per les pàgines que es dediquen a cerques especialitzades i adaptar-lo a la meva pàgina modificant, bàsicament, uns pocs aspectes visuals.

-Anàlisi dels principals competidors:

En punts anteriors s'han esmentat alguns dels possibles competidors que existeixen. En aquest apartat, em dedicaré a analitzar-los un per un, anomenant els punts febles i els punts forts en comparació a la meua pàgina web. Només analitzarem les principals pàgines competidores existents a Espanya, ja que durant els primers anys de funcionament de l'empresa serà la nostra principal zona d'activitat. Més endavant, si fos viable l'expansió a la resta d'Europa, es repetirà el mateix anàlisi afegint-hi els nous principals competidors.

-WEB PARA: Aquesta web està especialitzada en la creació de pàgines web per a restaurants i bars a partir de plantilles predissenyades, amb la possibilitat de modificar-les al gust del consumidor. La intenció és vendre una pàgina predissenyada a un preu més assequible que una pàgina feta per encàrrec, però que finalment acabes pagant si hi sumes els preus de les modificacions, o el preu de manteniment anual, o fins i tot, altres serveis addicionals. A la meua pàgina, només s'hauria de pagar pel manteniment anual, la quota del qual és molt més petita, i les modificacions quedarien totalment gratuïtes a càrrec del propietari. A més a més, si no vols estar limitat a la plantilla que t'ofereixen, has de pagar un preu més elevat que l'inicial, que acaba aproximant-se al de les pàgines fetes per encàrrec. És un sistema de publicitat que arriba a tothom, però que a la vegada és costós. Cal remarcar que el disseny de la seva pàgina és molt dinàmic.

-BCN RESTAURANTES: És un competidor potent, que no només té un cercador de restaurants, sinó que també el té d'hotels, de botigues variades, de botigues gourmet i de locals nocturns. És el cercador de restaurants d'Espanya que més s'assembla a la meua idea principal. Però només s'hi poden trobar restaurants de Barcelona, i el seu cercador, quan no troba la combinació de característiques que li has demanat, et diu simplement que no existeix, sense mostrar-te resultats semblants. No permet que els usuaris es puguin crear un compte propi. I per últim, cal esmentar que té un disseny que funciona, però molt carregat.

-

-ATRÁPALO RESTAURANTES: És possiblement el competidor més fort, ja que a part d'oferir la cerca de moltes activitats d'oci, com restaurants, hotels, vols, esquí, creuers, etc. Actua a tot Espanya. A més a més, és una reconeguda aplicació d'smartphones que situa, en el mapa, els restaurants que tens més a prop dels llocs on et trobes. Permet la creació d'un compte amb avantages com per exemple l'avís d'ofertes per corr, o més rapidesa en el servei de compra, però no permet a l'usuari recomanar cap producte o classificar-lo en grups. El cercador no mostra resultats similars si no troba concretament el que li has demanat i li falten característiques. El seu disseny també funciona però és molt carregat.

-ALTRES COMPETIDORS DE CARACTERÍSTIQUES SEMBLANTS: Les pàgines anteriors són les més diferenciades. Després, trobem un seguit de pàgines de disseny molt senzill i semblant, amb diversos tipus de cercadors, però generalment molt poc elaborats, ja que un bon resultat depèn sovint del fet que l'usuari se sàpiga el nom de l'establiment, que en tots els casos només són restaurants. No hi ha la possibilitat de crear-se un compte, el disseny està molt carregat i no és gaire funcional. A més a més, sempre són dedicades a zones geogràfiques concretes.

D'aquest anàlisi, en podem concloure que hi ha poques pàgines especialitzades, i les que ho són sovint tracten altres sectors de mercat, el que fa que l'especialització i professionalitat en el sector de la cerca d'establiments no sigui tan alta com prentén ser-ho la meva pàgina web. Que, en poques pàgines, existeix la possibilitat de crear-se un perfil, i que si hi és, no ofereixen els mateixos serveis que ofertarà la meva pàgina web. És important destacar que moltes pàgines busquen un disseny que funcioni però no es preocupen de si està carregat o no, o si es podria fer més àgil. En aquest altre aspecte, la meva pàgina també voldrà marcar la diferència. L'usuari i els restaurants són els nostres clients, per tant, oferir-los un servei especialitzat i que funcioni amb eficàcia farà que guanyin confiança en l'espai web, cosa que n'augmentarà el prestigi en el mercat.

PLA DE MÀRQUETING:

En el pla de màrqueting que es durà a terme, hi trobarem un apartat de mètodes per promocionar la pàgina, que està dividit en tres parts: a curt termini, a mig termini i a llarg termini. S'ha fet així per adequar les operacions de promoció al moment de creixement concret en què es trobarà l'empresa. I finalment, també hi podrem trobar: els preus de les diferents tarifes disponibles per a establiments, i els preus de les publicitats per a empreses.

A curt termini:

Els mètodes de promoció a curt termini són aquells que es duran a terme durant el primer any, a partir de la posada en funcionament de la pàgina. S'ha procurat que els mètodes a curt termini siguin aquells que no tinguin un cost gaire elevat i que permetran a la pàgina donar-se a conèixer ràpidament. Aquest mètodes a curt termini són:

-Els establiments que tinguin pàgina web pròpia, podran fer constar mitjançant l'aparició en un racó del logotip de la meua pàgina, que hi estan publicitats i que, per tant, se'ls hi pot trobar.

-Els primers mesos de funcionament de la pàgina web s'hauran de crear ofertes per atraure nous establiments per tal que s'hi publicitin.

-Visitar els establiments situats en grans ciutats i donar-los a conèixer els serveis de la nostra pàgina i els resultats obtinguts fins aquell moment.

-Aconseguir posar els preus més baixos que la competència per atraure nous clients a registrar-se i publicitar-se.

A mig termini:

Els mètodes de promoció a mig termini, seran aquells que es duran a terme un cop la pàgina hagi obtingut els seus primers beneficis, ja que alguns seran més costosos que els

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

de curt termini, però al mateix temps el seu objectiu serà augmentar el benefici de l'empresa. Aquests mètodes a mig termini són:

-Per captar més clients i nous usuaris, es pot publicar el nombre de persones que utilitzen la pàgina i els establiments registrats.

-Arribar a acords amb els establiments per fer ofertes de preus més econòmics, als usuaris que facin la seva reserva a partir de la web.

-Arribar a un acord amb les companyies de baix cost per sortir-hi publicitats quan algú compri bitllets per viatjar a Espanya.

A llarg termini:

Els mètodes de promoció a llarg termini, s'haurien de dur a terme una vegada s'hagués observat que els mètodes a curt i a mig termini han aportat els beneficis esperats, tant a nivell econòmic, com a nivell de popularitat de l'empresa. Si els processos de promoció anteriors tinguessin èxit, voldria dir que l'acceptació de la pàgina ha estat l'esperada i que, per tant, podem intentar obrir noves fronteres. Aquests mètodes a llarg termini són:

-Promocionar-se arreu d'Europa per tal de captar usuaris i establiments estrangers, i d'aquesta manera, engrandir el segment de mercat.

-En el moment que ens promocionem per tot Europa, traduir la pàgina al nombre d'idiomes que siguin més utilitzats. Modificar la pàgina de manera que quan es pengi un anunci quedi traduït automàticament a tots els idiomes que té la pàgina. D'aquesta manera el servei de la pàgina seria més complet i eficaç.

PLA ECONÒMIC I FINANCER:

A continuació, us mostraré el pla econòmic i financer de l'empresa, on apareixeran les següents parts: Càlcul de la inversió inicial; Finançament de la inversió inicial; Previsió del compte d'exploctació; Càlcul del punt mort; Previsió de tresoreria del primer any.

-Càlcul de la inversió inicial:

Per començar qualsevol negoci, cal que es faci un estudi previ dels costos inicials, o dit d'una altra manera, de la inversió mínima que s'haurà de fer per posar en funcionament el negoci. D'aquesta manera podrem saber quin capital necessitem per assumir aquest cost inicial i, a la vegada, obtenir un marge. Tot seguit, us presento la taula corresponent al càlcul de la inversió inicial:

PREVISIÓ DE LA INVERSIÓ INICIAL	
1-Pàgina Web	10.500,00 €
-Disseny del Logotip	500 €
-Disseny de la Pàgina	2.000 €
-Programació de la Pàgina	6.000 €
-Plataforma de Pagament (Paypal)	2.000 €
2-Equip Informàtic	1.740,00 €
-Ordinadors	1.500 €
-Impressora, Fax i Fotocopiadora	240 €
3-Mobiliari	1.350,00 €
-Taula de Despatx	600 €
-Cadira	180 €
-Arxivadors	380 €
-Prestatgeries	190 €
-Import Total de la Inversió Inicial:	13.590,00 €

-Finançament de la Inversió Inicial:

Un cop calculada la inversió inicial, hem de trobar un sistema de finançament. Tenint en compte la situació econòmica actual dels bancs, que fa difícil aconseguir un crèdit, i més encara per un emprenedor, vaig decidir que la millor manera de finançar el projecte

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

empresarial, seria fer una aportació pròpia de capital del 55%, i el 45% restant, vendre' com a participacions a altres persones o empreses les quals estarien interessades en el projecte que es durà a terme. Aquestes empreses interessades en el projecte es trobaran a partir d'una cerca prèvia a la formació final de l'empresa, ja que sense el tant per cent aportat pels socis, no es pot posar en marxa el projecte. Tot seguit, us mostraré la taula corresponent al finançament de la inversió inicial:

FINANÇAMENT DE LA INVERSIÓ INICIAL	
-Aportació Total de Capital	16.000,00 €
-Aportació Pròpia (55%)	11.000 €
-Aportació dels Socis (45%)	9.000 €
Total del Capital Aportat:	20.000,00 €

Amb aquest capital, es vol cobrir tota la despesa inicial, i tenir marge sobrant després d'haver fet aquest pagament per assolir les primeres despeses mensuals. En el possible cas que l'activitat empresarial no fos l'esperada i no es poguessin assolir els primers costos, es determinaria quina seria la quantitat necessària per seguir endavant amb el negoci, i es demanaria un crèdit bancari.

-Previsió del Compte d'Explotació:

A part de la despesa de la inversió inicial, s'han de preveure també les despeses i els ingressos que sorgiran al llarg de l'any, així sabrem si l'empresa serà rendible durant el seu primer any de vida. Tot seguit, us mostraré les taules corresponents a la previsió d'ingressos, de despeses i de benefici net del primer any:

PREVISIÓ DEL NOMBRE D'ANUNCIANTS PER CADA TARIFA		
1-Restaurants i Bars		51.500,00 €
400	-Tarifa 1.1 Anunciat 1 any (90 €)	36.000 €
75	-Tarifa 1.2 Anunciat 2 anys (140 €)	10.500 €
25	-Tarifa 1.3 Anunciat 3 anys (190 €)	4.750 €
10	-Tarifa 1.4 Sortir Destacat (25€/mes)	250 €
2-Empreses Publicitades		46.800,00 €
2	-Tarifa 2.1 Pàgina Principal (600€/mes)	14.400 €
3	-Tarifa 2.2 Pàgina Cerques (400€/mes)	14.400 €
5	-Tarifa 2.3 Pàgina de Notícies (300€/mes)	18.000 €
-Total d'Ingressos el Primer Any:		98.300,00 €

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

La previsió del nombre d'ingressos que tindrà la pàgina ha estat feta a la baixa, ja que hem suposat que només es volien publicitar un total de 500 establiments i d'aquests, només 10 paguen un increment cada mes per sortir destacats. I s'ha seguit el mateix pensament amb les empreses que es publiciten en els espais publicitaris que hem vist anteriorment en el disseny, que al llarg de l'any serien un total de 10 empreses en tot Espanya.

PREVISIÓ DE DESPESES		
	Fixes	Variables
62 Serveis Exteriors	25.075,00 €	
-622 Reparacions i Conservació		600 €
-625 Primes Assegurances	800 €	
-626 Serveis Bancaris o Similars		4.200 €
-627 Publicitat i Relacions Públiques		17.000 €
-628 Subministraments:	2.475 €	
Domini i Hosting 135		
Telèfon i Internet 1.200		
Llum 980		
Aigua 180		
63 Tributs	7.017,40 €	
-Impost Sobre Benefici (30%)		7.017,40 €
64 Despeses de Personal	47.250,00 €	
-Salari	35.000 €	
-Seguretat Social a Càrrec de l'Empresa	12.250 €	
68 Amortitzacions	2.583,00 €	
-Pàgina Web (20%)	2.100 €	
-Equipament Informàtic (20%)	348 €	
-Mobiliari (10%)	135 €	
-Total de Despeses el Primer Any:	81.925,40 €	

Podem veure, a la taula on hem calculat la previsió de despeses del primer any, que les despeses no són més superiors als ingressos previstos. Per tant, obtenim un benefici, que apareix calculat a la taula següent:

PREVISIÓ DE BENEFICI NET	
-Ingressos	98.300,00 €
-Despeses	81.925,40 €
-Total de la Previsió de Benefici Net:	16.374,40 €

Pla d'Empresa: *Find your Place, S L*

Segons la previsió feta durant el primer any, l'empresa serà rendible, amb un benefici net de 16.374,40 €.

Pla d'Empresa: Find your Place, S L

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Saldo anterior		2.960,00	160,00	-375,00	-173,00	1.628,00	981,00	-1.970,40	2.446,60	5.207,60	10.029,60	14.249,60	17.697,60
INGRESSOS													
Aportació inicial de socis	20.000,00												20.000,00
1.- Ingressos de restaurants	2.100,00	3.400,00	3.800,00	4.300,00	5.400,00	3.800,00	6.400,00	5.400,00	4.800,00	3.900,00	3.200,00	5.000,00	51.500,00
2.- Ingressos d'empreses	1.800,00	3.000,00	3.400,00	4.100,00	4.100,00	4.100,00	4.100,00	4.100,00	4.100,00	4.600,00	4.700,00	4.700,00	46.800,00
TOTAL INGRESSOS	23.900,00	9.360,00	7.360,00	8.025,00	9.327,00	9.528,00	11.481,00	7.529,60	11.346,60	13.707,60	17.929,60	23.949,60	115.997,60
PAGAMENTS													
Diseeny del logotip i la pàgina	2.500,00												2.500,00
Programació de la pàgina	6.000,00												6.000,00
Plataforma de pagament	2.000,00												2.000,00
Equipament informàtic	350,00	500,00	500,00										1.350,00
Mobiliari	3.590,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	300,00			300,00				13.590,00
Reparacions													600,00
Primes i assegurances	800,00												800,00
Serveis bancaris													0,00
Publicitat i relacions púb.	2.000,00	2.500,00	1.000,00	2.000,00	1.500,00	2.000,00	2.500,00	1.400,00	2.100,00	10,00	10,00	10,00	17.000,00
Domini i hosting	25,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	135,00
Telèfon i Internet	100,00	120,00	90,00	100,00	110,00	90,00	90,00	100,00	110,00	90,00	90,00	90,00	1.200,00
Llum	85,00	60,00	90,00	88,00	79,00	102,00	84,00	73,00	69,00	78,00	80,00	92,00	980,00
Aigua			45,00			45,00			50,00			40,00	180,00
Tributs							7.017,40						7.017,40
Sous i salaris	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	5.000,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	35.000,00
Seguretat social	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.250,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.250,00
TOTAL DESPESES	20.950,00	9.190,00	7.735,00	8.198,00	7.699,00	8.547,00	13.451,40	5.083,00	6.139,00	3.678,00	3.680,00	6.252,00	100.602,40
SALDO DE CAIXA	2.960,00	160,00	-375,00	-173,00	1.628,00	981,00	-1.970,40	2.446,60	5.207,60	10.029,60	14.249,60	17.697,60	15.395,20

CONCLUSIÓ DEL PLA EMPRESARIAL:

La conclusió que es pot extreure del pla empresarial dut a terme per analitzar la idea de crear un cercador especialitzat en establiments, a partir dels resultats obtinguts, és que la idea és viable. Es pot veure, de manera contrastada, quines innovacions tecnològiques i de disseny presenta la pàgina creada pel que fa a les pàgines ja existents. A més a més, l'abast geogràfic, també serà molt més gran que el dels principals competidors. Haurem pogut observar també com, en general, els resultats de les enquestes dutes a terme, eren favorables a la idea. Cal tenir en compte que la mostra agafada ha estat molt petita, i que, per tant, el resultat real podria ser ben diferent. Per això, malgrat els resultats, de les enquestes, s'ha fet una previsió d'ingressos a la baixa. I és en aquest altre punt on també podem veure que l'empresa és viable, perquè tot i tenir uns ingressos baixos, s'ha obtingut un benefici net en comptes de pèrdues. Malgrat això, s'ha de tenir sempre present que és una empresa que pertany en un sector de mercat que es troba inserit dins d'un sector més gran, Internet, el qual està sempre en contínua evolució i fàcilment podríem quedar desfaçats, si no estiguéssim molt pendents d'aquest canvi continuat i disposats a fer un reciclatge constant.

CONCLUSIÓ DEL TREBALL:

Des del primer moment en què se'm va proposar de fer el treball de recerca, vaig pensar que havia de fer quelcom d'original, però sobretot que m'agradés, ja que seria una tasca en la qual hauria de passar moltes hores. Com he comentat a la introducció del treball, vaig passar-me força temps determinant el propòsit, ja que volia estar convençut d'encertar en la meva decisió. Fins al punt que vaig determinar una idea inicial, ben diferent de la que he acabat fent. La part d'aquest treball que m'ha resultat més preuada, a part del resultat final, és tot l'aprenentatge que he fet sobre la creació, no només d'empreses, sinó de qualsevol cosa, des que en conceps la idea, fins que la fas tangible. És un procés que m'ha ensenyat que la millor manera de fer més perfecta la teva idea és compartint-la, i escoltant què en pensen les altres persones. Perquè si només ens baséssim en el nostre punt de vista, difícilment veuríem els errors que té, quan potser algú altre ho identificaria ràpidament. Escoltar, i acceptar les crítiques, pot fer que et qüestionis en algun moment de si la teva idea és viable o no, però són les respostes a aquestes preguntes les que la fan més segura i creïble, i et permeten seguir endavant. El treball també m'ha ensenyat quins són els passos necessaris per crear una empresa, i les coses més importants a tenir en compte, com per exemple la viabilitat des del punt de vista funcional i econòmic d'una idea.

“Mai no començaríem res si volguéssim assegurar per endavant l'èxit de la nostra empresa”.

Napoleó Bonaparte.

Enquesta pels usuaris:

1) Et seria útil una pàgina web amb la qual poguéssis trobar els restaurants segons els teus gustos a qualsevol lloc, apte també per smartphones?

- a) Sí
- b) No

2) Amb quina freqüència surts a menjar fora durant el més?

- a) 1-2
- b) 2-3
- c) 3-4
- d) més de 4

3) Si anessis de viatge, et seria útil crear una llista dels llocs on t'agradaria anar a menjar o sortir a la nit, si existís una aplicació que ho pogués fer?

- a) Sí
- b) No
- c) Potser

4) T'agradaria poder estar fàcilment al dia d'esdeveniments com per exemple noves obertures de bars o restaurants, ofertes, convencions relacionades amb aquest món, etc?

- a) Sí
- b) No

5) Què prefereixes:

- a) Poder-te informar prèviament mitjançant webs o guies especialitzades dels restaurants que trobaràs prèviament en una zona determinada.
- b) Investigar pel teu propi peu un cop et trobis en aquesta zona.

Enquesta pels establiments:

1) Esteu anunciats en algun lloc?

- a) Sí
- b) No

2) Disposeu d'una pàgina web pròpia del vostre establiment?

- a) Sí
- b) No

3) Si haguessis de publicitar el teu establiment on ho faries?

- a) Un diari/revista
- b) Una falca radiofònica
- c) Un espai web

4) Si disposéssiu de pàgina web, teniu un servei de reserva on-line?

- a) Sí
- b) No

5) Creieu que us aportaria benefici sortir en un cercador a nivell peninsular especialitzat en bars i restaurants?

- a) Sí
- b) No