**wd**

wdwdwwddwd

wdwdwd

wdwd

dd

dwd

wwdw

EduPiso. El proyecto

Edupiso es una empresa dedicada a ayudar a estudiantes para que puedan tener una mejor experiencia a la hora de buscar un piso o habitación para alojarse durante sus estudios de forma sencilla e intuitiva.

Todo ello mejorando la comunicación inquilino-arrendatario e inquilino-inquilino por medio de reviews y comentarios en la plataforma que permitirán a los nuevos estudiantes conocer de antemano las virtudes y defectos de cada piso.

También se proporcionarán opciones como la review 360º/galería 3D o la distinción de pisos por sexos o edades preferidas además de una descripción completa del equipamiento y características de la vivienda.

La web se traducirá a español, inglés y francés.

Actualmente no disponemos de perfiles de redes sociales, pero se tiene pensado crear y promocionar la plataforma vía instagram y tiktok, que más adelante se explicará a detalle la trayectoria que se quiere tomar.

Se parte de un prototipo de web , realizada por los creadores de la empresa , desarrollada en el CMS de Wordpress; No se descarta la realización de dicha web/plataforma de una manera más profesional y práctica, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario.

Hoy en dia EduPiso se encuentra en una fase de desarrollo la cual necesita una inversión inicial en servidores y marketing digital para ponerse en marcha. Este proyecto singular tiene buenas expectativas gracias a los planes de marketing pensados y con la posibilidad de ponerse en las primeras posiciones de los buscadores mediante los estudios de las keywords más acertadas, SEO e IA.

**Análisis de la situación de la empresa**

**¿cuál es el modelo de negocio?**

El modelo de negocio de EduPiso de basa en la oferta de un servicio freemium.

En general nuestra plataforma ofrece un servicio completo, gratuito al público.

En el caso del servicio de paga, este se desarrolla a través de pagos mensuales o anuales para mejorar el posicionamiento del inmueble en la página y/o permitir el poder tener varios inmuebles anunciados con la misma cuenta.

Otra forma de generación de ingresos serán los anuncios externos que aparecerán en la página que producirán capital con el propio tráfico de la página web.

**Plan de acción:**

Nuestra ventaja competitiva es que somos pioneros en este nicho, por lo que tendremos una mayor capacidad de crecimiento durante un mayor periodo de tiempo

**Situación externa**

**Entorno político:**

Por lo general Castilla y León, y en este caso Valladolid poseen un entorno político estable. Hace unos meses se celebraron las elecciones de la ciudad por lo que se irán viendo posibles ayudas Resulta importante saber los resultados por posibles modificaciones en leyes o temas impositivos relacionados al ámbito digital.

Por otro lado, debido a que nuestra empresa es on-line, no necesita un espacio físico, por lo que sería más fácil el traslado de esta a una zona con las condiciones más favorables.

En cuanto a las políticas de comercio internacional no conciernen en este momento de desarrollo de la empresa.

Respecto a regulaciones de derecho laboral, la empresa no cuenta con mano de obra asalariada. Y por otro lado las políticas de protección del medio ambiente tampoco son de gran preocupación para la marca puesto que no es una empresa que proporcione un producto/servicio físico.

**Entorno económico:**

Actualmente España se encuentra en un momento de moderada inflación, siendo de las más bajas de la Unión Europea. Los precios son altos en muchos ámbitos, sin embargo el gasto continuo del negocio sería el hosting de la web y el marketing, por lo que se buscarán las mejores alternativas dentro y fuera de España para el establecimiento de la web.

En cuanto al establecimiento de la empresa se perseguirán las menores restricciones posibles además de las mayores libertades operativas, algunos ejemplos de destinos benévolos a las empresas digitales son Irlanda y Estonia.

Social:

A la empresa le afectan factores sociales como el estilo de vida de los españoles.

Actualmente, hay gran cantidad de demanda de pisos ya que mucha gente no se puede permitir el costo de una residencia, lo que hace que esta demanda se haya incrementado casi exponencialmente desde la pandemia del 2020.

También se puede destacar que gran cantidad de propietarios cercanos a zonas universitarias obtienen una mayor rentabilidad al alquiler de su vivienda como piso de estudiantes que como alquiler tradicional, lo que también incrementa nuestro número de clientes.

**Tecnológico:**

Los propietarios cuentan con amplia experiencia en los ámbitos de las nuevas tecnologías, habiendo profesionalizado redes como Tiktok en anteriores proyectos consiguiendo gran cantidad de interacciones.

Las nuevas tecnologías y redes sociales emergentes como Tik tok simbolizan un canal de publicidad muy importante, ya que permite llegar a un gran número de clientes, sobre todo jóvenes, sin necesidad de estratosfericos gastos en publicidad incrementando el flujo de usuarios en nuestra web.

También destacan por su presencia en Instagram y el uso y conocimiento de dicha plataforma.

**Ecológico:**

Las regulaciones ambientales afectan a la forma en que se manejan los residuos y la producción. Por ello, en nuestro caso, al no entregar al cliente un producto físico no tenemos problema.

**Legal:**

Gracias a nuestra fácil movilidad podemos instalarnos en un ambiente legal beneficioso, evitando estar sujetos a regulaciones que perjudiquen los servicios digitales. Con ello se deberá darse de alta como sociedad y cumplir la totalidad de las leyes del lugar elegido.

**Planes de acción**

**Plan de marketing:**

El público objetivo de EduPiso son estudiantes de todas partes de España que se vayan a estudiar a otras ciudades, la mayoría de ellos jóvenes de entre 18 y 26 años que quieran estudiar una carrera universitaria o formación profesional que no puedan permitirse una residencia.

También contamos como público objetivo a todos esos propietarios que buscan una mayor facilidad y seguridad para publicitar y alquilar sus propiedades dentro de una legislación que se va complicando cada vez más..

Debido a esto se pretende la comercialización de la página web a través de publicidad digital, mediante el uso de anuncios de Google, en el que con el uso del SEO, SEM e IA de dicha plataforma se dirigirá al público objetivo. Esta opción tiene un coste monetario que variará dependiendo de la exposición requerida en cada momento.

En cuanto a las redes sociales se utilizarán tanto TikTok como Instagram para hacer contenido personalizado y más cercano al público en el que podremos interactuar con nuestros clientes de forma totalmente gratuita, por lo que no será un coste extra, debido a que se autogestionan las cuentas sin necesidad de entidades externas.

También se buscará un marketing mucho más común, que será a través de la colocación de folletos en los tablones de anuncios de las facultades, debido a que en estos se suelen frecuentar por los alumnos que buscan información, o en este caso un piso/habitación para alojarse durante sus estudios o también el boca a boca.

El objetivo sería obtener una base crítica de clientes en un año, y de ahí las inversiones publicitarias se reducirán considerablemente.

**Plan financiero:**

La plataforma va a necesitar unos 580 € anuales de pago de servidores Cloud en “webempresa”, ya que afecta si la web está en wordpress o código, para poder alojarse de una manera eficaz sin problemas de red o sobrecarga por parte de los servidores.

En un futuro, si es necesario a causa de un incremento de usuarios o de actividad de publicaciones (medidos por flujo de google), se optará por el aumento del plan de hosting a un servidor dedicado para que sea más versátil ante posibles problemas de servidor.

Si que se tiene en cuenta la opción de inicio de sesión y registro mediante Google, por lo que habría que ver los costes exactos para la API de registry, ya que varía según el volumen de usuarios y de visitas de la web, el uso de la API viene a ser la fidelidad y su comodidad a la hora de la creación del usuario.

Sin ir muy lejos, otra API a tener en cuenta su implementación es la API de Google Maps , para el uso más eficaz, rápido y esencial del mapa, actualmente está en prueba la mapi de MapBox , pero todo varía del volumen de usuarios que la plataforma va a recibir, (se partirá con el crédito de 200 € que te compensa Google) pero dichos usuarios serán medidos en planes de contingencia para poder anteponerse a la posible saturación tanto de usuarios como de costes de APIS. el coste de la Api de Photorealistic 3D Tiles con coste de 7€ por cada mil visitas al mes y el dynamic maps con coste de 17€ mensuales

Sobre el tema de publicidad será en base de las estrategias medidas según el volumen de personas buscan piso, dichas medidas están aún sin percibir, pero se oscila en el primer mes antes de cada cuatrimestre universitario por un valor aproximado de 100 € / semana. Así pues, se haría campaña para las keywords (SEM) de aproximadamente 2/3 meses , además de la publicidad en Youtube, Búsquedas en Google News ( por el blog creado).

El coste de la publicidad pagada (SEM) realizada por google 5400€ mensuales con una tasa de 8000 conversiones mensuales , donde se tiene pensado realizar en dos campañas únicas, la tasa de retorno por la publicidad pagada que ronda los 3000€ mensuales por la publicidad que se establece en la web.

Los desarrolladores de dicha plataforma necesitará estaciones de trabajo de alto rendimiento para poder trabajar de una manera más profesional y efectiva, poder integrar el diseño de App en un futuro no muy lejano hasta tener la máxima comodidad para poder rendir a fondo, por lo que dichas estaciones de trabajo rondaría los 2000 € cada una incluyendo todo lo necesario.

Se va a incluir la posibilidad de poder optar a un pago de manera única para poder posicionar su piso/anuncio para alguien que quiera alquilar con urgencia su piso y/o realizar distintos pagos mensuales donde se optará por distintos planes de suscripción que varían según el tipo de servicio:

Posicionamiento destacado en primeras páginas (30€ mensuales)

Publicaciones de múltiples viviendas (15€ mensuales por vivienda extra)

Varios anuncios de la misma vivienda (25€ mensuales por anuncio)

Pack de todo lo anterior (60€ mensuales)

Como paso 2 de la empresa sería reinvertir las ganancias en la compra de vivienda con buena conversión localización/precio que se usará para dar más oferta al alquiler estudiantil que se anunciará en EduPiso, por lo que generará un mayor tráfico en la página, lo que implica mayores beneficios tanto de esta como del alquiler de los activos inmobiliarios, que también se irán revalorizando. Con ello se diversificarán las fuentes de ingresos y en el caso de liquidación se procederá a repartir los activos entre sus partes de forma proporcional a la aportación.

**Plan de contingencias**

Dentro de los riesgos medidos existen dos tipos, por servidor y por cliente, hablando por parte de servidor el mayor riesgo es la caída de este, donde se verá comprometida toda la plataforma junto a los contenidos digitales tanto gratuitos como de pago y esto hará una reacción en cadena por ende una pérdida de usuarios.

Hablando por tema de clientes tenemos la opción de mala gestión de estos, de que no puedan hacer lo que la plataforma desea hacer, desde la creación de anuncios o la gestión del chat, por ello se trabajará cada día para implementar las mejores opciones y herramientas que faciliten dichas acciones.

Para solucionar los problemas de servidores se estima las copias de seguridad diarias tanto en un almacenamiento cloud como de manera local, si el servidor colapsa lo que se hará a cabo será la restauración de este con la última copia de seguridad realizada para poder iniciar de nuevo la plataforma de la manera más rápida pero eficaz.

**Referencias**

Perez, J. (2020). \*Fundamentos de economía editorial\*. Mundo.