



{ PLA D'EMPRESA }

Ostrip

Ariadna Aldeguer | Paul Maigua | Laura Martín | Miquel Massó

TAULA DE CONTINGUTS

1. INTRODUCCIÓ	2
2. IDEA	4
2.1.- Anàlisi intern del model de negoci (LEAN CANVAS)	6
2.2.- Anàlisi extern de la idea de negoci	7
3. L'ENTORN DE L'EMPRESA	10
3.1.- En quin context i localització és situa l'empresa	10
3.2.- Anàlisi de l'entorn de l'empresa: macroentorn i microentorn	12
3.3.- Anàlisis DAFO	16
4. CULTURA EMPRESARIAL	17
4.1.- Missió	17
4.2.- Visió	17
4.3.- Valors	17
5. BIBLIOGRAFIA	18
6. ANNEXOS	20
A. Equip promotor	20
A.1.- Competències	20
A.2.- Gràfiques O.C.A	25
A.3.- Currículums Personals	28
B. Enquesta	32

1. INTRODUCCIÓ

Som un grup de quatre persones que actualment està estudiant Desenvolupament d'Aplicacions Multiplataforma. El grup està compost per Ariadna Aldeguer, Miquel Massó, Laura Martín i Paul Maigua.

La motivació per prendre aquest negoci ha sigut l'interès que mostrem com a grup per viatjar, conèixer nous països, ciutats i persones. A l'hora de planificar un viatge s'inverteix molt de temps en la cerca dels millors preus a hotels, viatges i les activitats. Fins aleshores, els motors de recerca que existeixen presenten informació de vols, hotels i lloguer de cotxes, però no s'adapta als interessos i aficions de la persona. Volem oferir un producte personalitzat a la necessitat del client, motivat de la nostra pròpia experiència.

El grup es compon d'Ariadna Aldeguer, especialista en publicitat i comunicació, que facilitarà la creació d'un pla d'empresa òptim i rendible. En Miquel Massó, un psicòleg professional novel que coneix els hàbits i costums de la societat, pot utilitzar els seus coneixements per entendre les necessitats del target. I la Laura Martin i el Paul Maigua, informàtics que faran d'aquesta idea una realitat.

Creiem que el treball en equip serà molt bo, ja que Ariadna i Paul, són persones que rarament perden el control davant de situacions de tensió, reaccionant amb predisposició davant dels canvis i amb una actitud equilibrada al treball, seran uns bons líders davant de comportaments més inestables¹.

¹ [Competències transversals](#): "Test: Resistència a la pressió: Autocontrol".

En canvi, la Laura i el Miquel, es caracteritzen per ser individus amb molta orientació al client, són més comunicatius², empàtics, s'anticipen a les necessitats i els agrada explorar noves solucions.

I finalment, els quatre som persones més metòdiques³ i sistemàtiques, que organitzen el treball, estableixen els objectius a curt i llarg termini, prioritzant els punts importants i supervisen que s'aconsegueixen.

Som persones molt diferents, però conjuntament tenim perfils complementaris, s'equilibren les fortaleeses i debilitats individuals. Disposem de persones comunicatives, empàtiques i sobretot treballadores. Tots compartim la capacitat de ser organitzats i responsables. Treballem junts la iniciativa, el positivisme i la capacitat de comunicació. Però alhora cadascú és únic i destaca en competències més personals com el perfeccionisme, les ganes d'aprendre, l'esperit d'explorar diferents entorns i sortir de la zona de confort o saber tenir ment freda davant situacions complicades.

² [Competències transversals](#): “Test: Orientació al client. Relació interpersonal”.

³ [Competències transversals](#): “Test: Organització i planificació”.

2. IDEA

La idea de negoci és la creació d'un motor de recerca global que compari vols, hotels adaptant-se a les necessitats econòmiques i a la llargada de l'estança i proposi un pla de viatge personalitzat. Suggestint quelcom important de veure, diferents activitats i interessos de la persona. El valor afegit d'aquest projecte és l'oportunitat d'ajuntar diferents motors de recerca, la informació necessària per fer viatges i la personalització de les recerques a les necessitats del client. Es creu que serà d'utilitat tenint en compte que a l'hora de plantejar un viatge, una persona fa aquestes cerques de manera independent, buscant informació a diferents pàgines i invertint temps a buscar el que millor s'adapta. Es vol optimitzar el temps de cerca i facilitar la planificació d'un viatge.

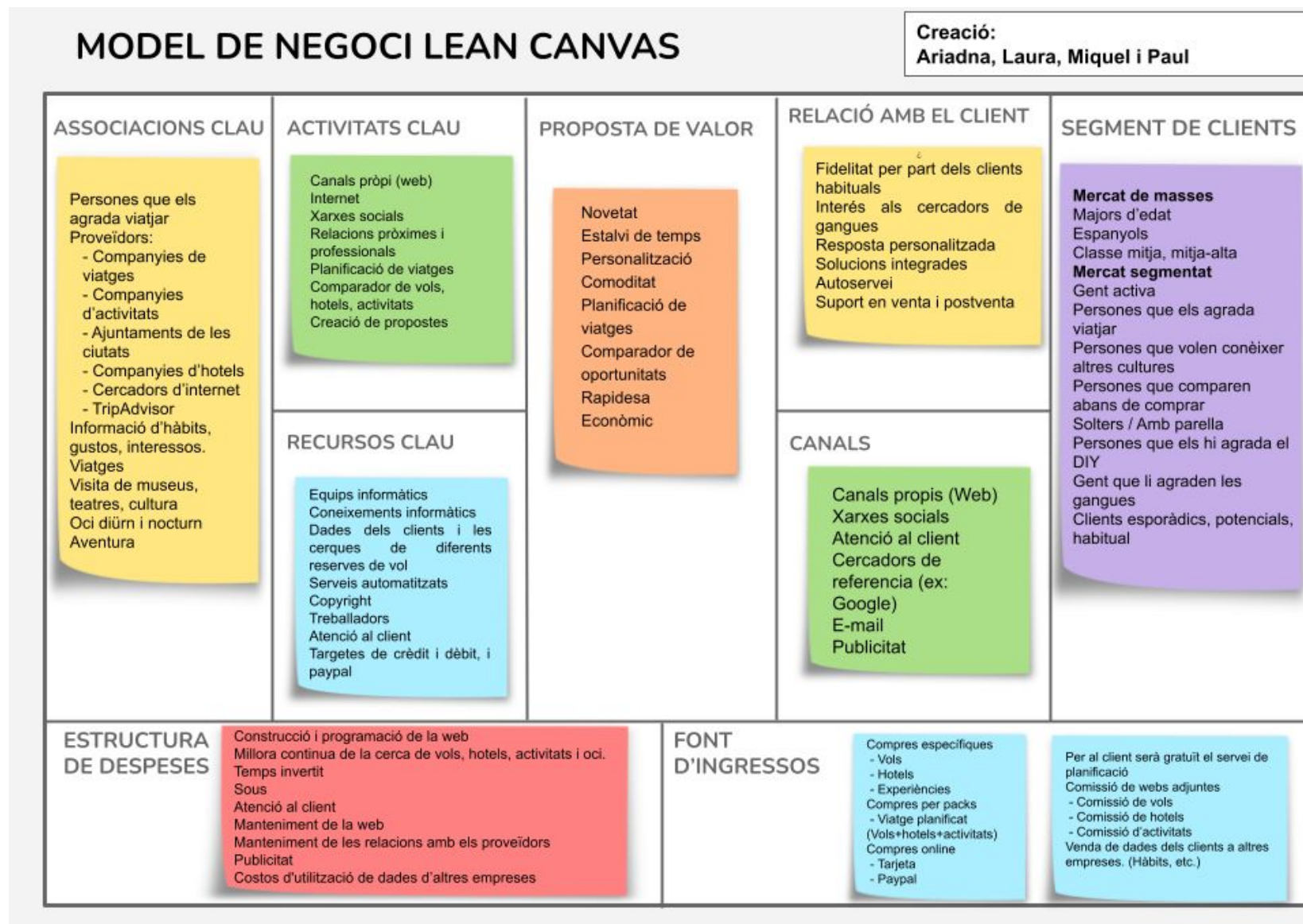
El nostre projecte consisteix en ajudar a tots aquells que vulguin descobrir nous llocs viatjant, tenint en compte que cadascú prefereix un tipus o un altre d'experiència i disposen d'un pressupost diferent el qual volen destinar per unes dates concretes. Està enfocat a tota mena de públic tenint en compte que gent de totes les edats pot estar interessada a descobrir nous llocs i viure noves experiències. Per portat a terme el projecte, la nostra empresa farà ús de recursos personals, les capacitats i competències del grup i recursos físics, com els ordinadors i Internet.

Els clients potencials de la idea de negoci són, principalment, gent amb prosperitat econòmica de classe mitjana, mitja-alta. Persones que els hi agrada viatjar, descobrir i/o conèixer països nous. Gent de totes les edats i gent activa.

Aquesta idea destaca respecte als altres, ja que la finalitat és ajuntar tot el necessari per planificar un viatge a la mateixa pàgina, simplifiquem les

reserves i oferim les millors combinacions respecte als interessos de l'usuari. S'innova en el producte aportant coses noves al mercat i respecte a la competència, ja que no existeix actualment cap producte que planifiqui un viatge de principi a fi adaptan-se a la persona.

2.1.- Anàlisi intern del model de negoci (LEAN CANVAS)



2.2.- Anàlisi extern de la idea de negoci

S'ha realitzat un mètode quantitatiu per investigar la idea de negoci. El mètode escollit ha sigut l'enquesta. La mostra representada es basa en la resposta de 40 persones, majoritàriament procedents de Catalunya.

Estudi sociològic

Les persones entrevistades són gent major d'edat majoritàriament d'entre 18 a 30 anys (70%), aproximadament un 27% són d'entre 31 i 50 anys, i, només un 3% són majors de cinquanta anys.

El 80% de les enquestes contestades són per part de dones.

Aproximadament la meitat de la mostra és soltera (51,4%), un 30% són persones amb parella, i el 13,5% estan casats, és a dir, al voltant del 40% tenen una relació sexe-afectiva. I el 8% restant són persones divorciades.

Motivacions de la mostra

Hem aconseguit extreure que la majoria de gent li agrada viatjar (91,9%) i realitzen entre un i dos viatges cada any. Una minoria (25%) en realitza més, tot i això només un 5.4% d'aquests viatja més de cinc cops per any.

Mètodes que utilitzen

Dels que gaudeixen de fer viatges, un 86.5% organitza el viatge per si mateix i un 90.6% d'aquest utilitza comparadors de vols i hotels. A més a més, entre el 59% i el 85% d'aquests algun cop realitzen recerques sobre plans de viatge, però el 33% no els agrada fer-les. La qual cosa pot anar lligat que al 85% creu que inverteix molt de temps a realitzar aquestes cerques, ja que, pràcticament tots (96.9%) troba que és molt important que el que troben sigui personalitzat a les seves necessitats.

La resta ho fa per altres medis i cap d'aquests utilitza agències de viatges.

Preferències de la mostra

El pressupost d'empleat en els viatges ha obtingut resultats molt diversos. Organitzant dels que menys es gasten als que més: no arriba al 3% els que es gasten fins a 150 euros, al voltant del 40%, es gasta entre 150 i 300 euros i, arrodonint, un 45% emplena més de 300 €.

És a dir, la majoria de la mostra obtinguda, inverteix una quantitat important a l'hora d'anar de viatge.

A l'hora de comprar un viatge, la mostra en general li dóna valor al preu, al temps de l'estada (~90%), i les activitats i oci que puguin gaudir al destí (~40%). No tenen en compte el lloc que visiten, ni el seu clima o cultura, ni la situació política del lloc.

Entenent que prefereixen tindre una llargada de l'estança que els permet gaudir tranquil·lament del viatge amb un preu assequible per les seves butxaques.

A la pregunta de si els agradaria trobar una pàgina web que organitzi un viatge a mesura, 35 persones de les 40, han respost positivament.

Suggeriments

S'ha deixat un espai en blanc, per donar la mostra la possibilitat de suggerir qualsevol cosa que consideres. S'han trobat respostes com:

- Lleialtat: no apujar preus amb les cookies.
- Plans per solters.
- Incloure propostes de tota mena, no el patró típic de societat.

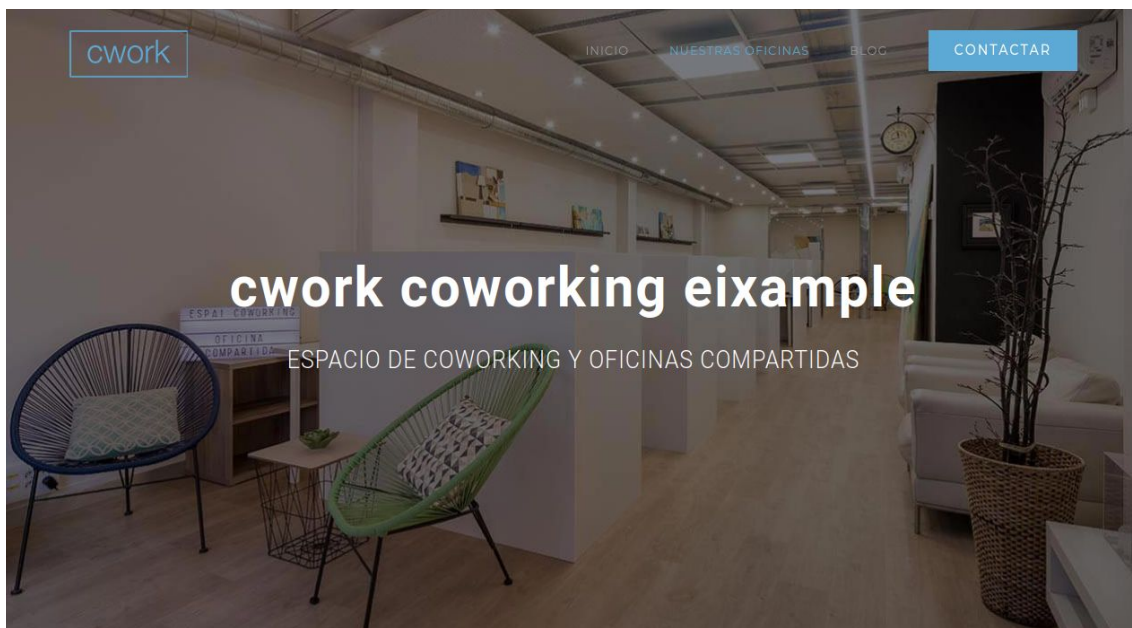
Conclusions

Hem vist que la majoria de gent li agrada la nostra proposta i l'utilitzarien, tant joves com adults, solters o amb parella; ens reafirmen en què per la gent és molt important el preu que inverteixen en les seves experiències i que dediquen esforços en trobar les millors ofertes. La majoria utilitza metacercadors i els agradaria trobar un encara més personalitat que ofereixi més serveis que els que troben actualment al mercat. A més, volen experiències més diverses i úniques, no només seguir el ramat d'ovelles amb el guia turístic.

3. L'ENTORN DE L'EMPRESA

3.1.- En quin context i localització es situa l'empresa

Cwork coworking⁴ eixample és un espai de coworking i oficines compartides. Hem escollit aquest lloc de treball perquè és un espai de treball compartit situat al carrer de Provença, 555 (Sagrada Família) de Barcelona, molt ben connectat amb el transport públic, ja que tenim l' L2 del metro amb un ambient de treball tranquil, agradable i amb molta llum. També és un espai convenient per a llarga estada tant amb un espai unipersonal per a cada lloc de treball com a despatx privat amb capacitat de fins a 8 persones. Una altra raó per la qual hem escollit aquest coworking i no un altre és perquè ens ofereix un lloc de treball fix per a 4 persones o més amb un espai propi i accés a internet per 125 eu/persona.



⁴ <https://cwork.cat/coworking-sagrada-familia/>

Zona geogràfica



Gràfic: Mapa de la ubicació del local.

-Ubicació: Carrer Provença núm. 555 de Barcelona. És una zona molt transitada i molt ben connectada amb el transport públic (línia 2 del Metro de Barcelona). A més, Barcelona es la capital de les TIC d'Espanya. Amb la celebració del Mobile World Congress, així com la concentració d'empreses del sector de les TIC que han escollit la capital del mediterrani com a seu dels seus negocis.

- **Habitants i estructura d'edats:** Total d'habitants: 51.000 persones

Per edats: (15-24 anys) - 4.200 persones

(25-64 anys) - 30.000 persones

- **Nivell de renda:** Renda bruta mitja (33.500€) i renda disponible mitja (26.700€).

- **Taxa laboral:** Activitat (54,2%) i atur (9,8%).

- Zones d'influència: La Sagrada Família, La Avinguda de Gaudí, la Plaça de Gaudí

3.2.- Anàlisi de l'entorn de l'empresa: macroentorn i microentorn

Macroentorn

Els hàbits del consumidor continuen evolucionant de manera paral·lela a l'evolució dels canals digitals. Avui dia podem parlar d'un consumidor expert. Aquest es proveeix d'infinitat d'informació a través de diferents canals i de mitjans de comunicació que fan possible que el consumidor tingui un major accés als béns i serveis, i a qualsevol mena d'informació.

Els metacercadors es troben entre els canals de distribució més nous, complexos i en ràpida evolució que la indústria té actualment a la seva disposició. Aquests continuen evolucionant i madurant amb la rapidesa característica del desenvolupament tecnològic i la inversió.

La meitat dels qui reserven hotel per internet ja ho fa en metacercadors, i tots els indicis apunten al fet que aquest percentatge augmentarà en els pròxims anys juntament amb la xifra d'hostes que reserven en línia. Per això, els metacercadors són cada vegada més usats a l'hora de comparar preus d'hotel i resulten més potents que mai com a canals publicitaris per les marques.

Molts actors del sector s'han adonat del seu creixent paper en la planificació de viatges, amb una gran quantitat d'adquisicions i intenses inversions en les plataformes en els últims anys.

Pràcticament totes les grans agències de viatges en línia (OTA) han realitzat inversions en metacercadors i les seves plataformes tecnològiques des de 2016, la qual cosa il·lustra com s'ha convertit en part integral dels seus plans de creixement.

En relació amb les polítiques relacionades amb el comerç online trobem cinc lleis que afecten el sector:

- *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico (LSSICE)*: La LSSI és la normativa que regula les activitats comercials realitzades a través d'internet. La LSSI estableix una sèrie de requisits, obligacions i drets per als prestadors de serveis comercials a través d'internet i per als usuaris. Aquestes disposicions generals regulen les activitats comercials en internet i estableixen els procediments sancionadors en cas de no complir-la normativa.
- *Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU)*: El 13 de juny de 2014 va entrar en vigor La nova “Llei General per a la Defensa de Consumidors i Usuaris” que afecta el ecommerce en tots els països membres de la Unió Europea. Aquesta normativa es va fer per a fomentar la transparència de comunicació a les botigues en línia. Les principals modificacions que es van introduir van ser referents a l'obligació d'informar sobre determinats aspectes en fer una compra, les condicions d'enviament i prestació del servei, canvis del dret de desistiment en les devolucions, en les condicions de les anomenades comercials i en la forma en la qual s'ha de prestar el servei d'atenció al client.
- *Ley de Ordenación del Comercio Minorista*: Estableix, entre altres coses, l'aplicació de l'IVA en ecommerce. En les vendes en línia, l'IVA va segons el país del consumidor, no del país on el venedor tingui el seu domicili fiscal.

- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) i *Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD)* : El compliment d'aquestes lleis implica el registre de la web en l'Agència Espanyola de Protecció de Dades perquè la recopilació de dades dels usuaris es faci de manera legal.

Les tendències respecte a les mesures mediambientals són importants en aquest sector. Les empreses que tenen en compte les tendències mediambientals milloren la seva competitivitat, redueixen la degradació ambiental i milloren el benestar humà. Segons una enquesta de Booking.com, el 87% de tots els turistes volen opcions de viatge més sostenibles i el 67% estan disposats a gastar almenys un 5% més en els seus viatges per a garantir que tinguin el menor impacte possible en el medi ambient.

Microentorn

Dins la companyia hi ha d'haver harmonia entre els diferents espais dins de l'espai de treball. El nostre producte interessa a tota la gent que tenen ganes de sortir de la zona de confort, però no saben quines opcions tenen.

Som els únics que tenim totes les nostres característiques, és veritat de Google és molt complet i companyies com Trivago o Booking fan algunes de les funcions. Els nostres futurs clients majoritàriament estan satisfets amb Google, ja que ha millorat les seves funcions i és més òptim que altres, així i tot no tots ho veuen senzill o útil per les seves demandes.

L'accés d'altres a empreses a aquest mercat no és gaire senzill perquè la gent necessita confiança en la marca per tal d'invertir els seus diners i temps en el que ofereixen, la qual cosa fa que no hi hagi massa competències.

És important el tracte amb els proveïdors, ja que són una peça clau, els nostres socis, les companyies que ens ajuden a millorar oferint publicitat, descomptes, ofertes, etc. Nosaltres mateixos som els que oferim els productes finals.

Coneixem bé la nostra competència més directe, tenim tota mena d'estadístiques de com funcionen i com van evolucionant, la qual cosa és molt útil a l'hora d'escollir quines decisions triem.

També cal organitzar bé la part financiera perquè s'hi ha d'aprovar un pressupost que permeti a l'empresa tirar endavant.

Aconseguir que els clients quedin satisfets és l'objectiu final de la nostra empresa, per tant cal fer estudis sobre ells per tal de millorar.

Per la publicitat i promoció caldran intermediaris, empreses externes que participin en el procés per tal de millorar la nostra extensió.

3.3.- Anàlisi DAFO

DEBILITATS	FORTALESES
<ul style="list-style-type: none"> - Limitació de coneixements en el camp - Mancances de serveis - Producte no conegut - Gran inversió inicial - Es requereixen grans esforços per crear les relacions amb els proveïdors de informació - Falta de experiència 	<ul style="list-style-type: none"> - Innovació del producte - Personalització - Nova tecnologia - No existeix una idea semblant creada - Treballadors qualificats i eficients - Recerca de totes les possibilitats de “pla de viatge”. -
AMENACES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none"> - Gran competència dels cercadors populars - Situació: Covid. - Empitjorament de l'economia internacional - Fàcilment imitable - Possible monopoli de marques - Competència directa amb agència de viatges 	<ul style="list-style-type: none"> - No existeix una idea semblant creada - Innovació - Augment del hàbit de viatjar - Preus més econòmics a l'última dècada alhora de comprar vols, estances de hotels, activitats, etc. - Gran demanda - Xarxes socials

4. CULTURA EMPRESARIAL

4.1.- Missió

La nostra missió és col·laborar a millorar el procés d'organització de viatges, fent-ho el més fàcil possible, personalitzant-ho al client, i garantint trobar les millors ofertes d'hotels, vols, activitats per obtenir el viatge perfecte.

4.2.- Visió

La visió de la nostra empresa és arribar a liderar a escala mundial el sector turístic proposant l'oferta més personalitzada, transparent i senzilla al client, amb l'objectiu que qualsevol persona pugui organitzar el seu viatge somiat.

4.3.- Valors

Els valors de la nostra empresa son

- Interactuar a través de la nostra plataforma amb els clients amb honestedat i professionalitat.
- Proporcionar les millors atencions personalitzades.
- No utilitzar les dades dels nostres clients per ocultar informació o enganyar.
- Preus transparents sense sorpreses ni altes quotes.
- Posar al client al centre del nostre negoci
- Cuidar i respectar els nostres treballadors.

5. BIBLIOGRAFIA

- BOE, 2007. *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios*.
- Barrullas, J. and Barrullas, J., 2016. *El comportamiento del consumidor y las nuevas tendencias de consumo ante las TIC - Blog d'Economia i Empresa*. [online] Blog d'Economia i Empresa. Available at:
<<https://economia-empresa.blogs.uoc.edu/es/consumidor-y-tendencias-consumo-tic/>> [Accessed 17 February 2021].
- Booking.com. 2018. *Where Sustainable Travel is Headed in 2018*. [online] Available at:
<<https://globalnews.booking.com/where-sustainable-travel-is-headed-in-2018/>> [Accessed 17 February 2021].
- Comunica-web.com. n.d. [online] Available at:
<<https://comunica-web.com/blog/marketing-digital/normativa-ecommerce-espana/>> [Accessed 17 February 2021].
- ES - Criteo.com. 2019. *Tendencias en viajes ecológicos 2020: Gen Z y posteriores | ES - Criteo.com*. [online] Available at:
<<https://www.criteo.com/es/blog/tendencias-en-viajes-ecologicos/>> [Accessed 17 February 2021].
- GlobeNewswire News Room. 2019. *CGS Survey Reveals Sustainability Is Driving Demand and Customer Loyalty*. [online] Available at:
<<https://www.globenewswire.com/news-release/2019/01/10/1686144/0/en/CGS-Survey-Reveals-Sustainability-Is-Driving-Demand-and-Customer-Loyalty.html>> [Accessed 17 February 2021].
- Inés Zanfrillo, A., Antonia Artola, M. and Ezequiel Marisquerena, S., 2021. *Estrategias digitales de proveedores de servicios turísticos ante nuevas tendencias de consumo de información*. Licenciatura Ciencias Económicas y Sociales.
- Miteco.gob.es. 2004. *Modulo de sensibilización ambiental para el sector turístico*. [online] Available at:

<https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/red-de-autoridades-ambientales-raa-/moduloturismodic04_tcm30-166734.pdf> [Accessed 17 February 2021].

- PuroMarketing. 2021. *El 64% de los consumidores que compra sus viajes online utiliza los medios sociales para compartir experiencias*. [online] Available at: <<https://www.puromarketing.com/88/12895/consumidores-compra-viajes%20online-utiliza-medios%20-%20sociales.html>> [Accessed 17 February 2021].
- Smart Travel News. 2021. *6 áreas donde los metabuscadores deben evolucionar* - Smart Travel News. [online] Available at: <<https://www.smarttravel.news/6-aspectos-en-los-que-los-metabuscadores-deben-evolucionar/>> [Accessed 17 February 2021].
- Smart Travel News. *Metabuscadores: una tecnología imparable y un dominador claro* - Smart Travel News. [online] Available at: <<https://www.smarttravel.news/metabuscadores-una-tecnologia-imparable-dominador-claro/>> [Accessed 17 February 2021].
- Travel Agent Central. 2018. *Stats: 87% of Travelers Want to Travel Sustainably*. [online] Available at: <<https://www.travelagentcentral.com/running-your-business/stats-87-travelers-want-to-travel-sustainably>> [Accessed 17 February 2021].
- Via empresa. n.d. *Barcelona, la capital de les TIC*. [online] Available at: <https://www.viaempresa.cat/territori/barcelona-la-capital-de-les-tic_4843_102.html> [Accessed 17 February 2021].

6. ANNEXOS

A. EQUIP PROMOTOR

A.1 Competències

Ariadna Aldeguer

9/29/2020

Competències transversals - Institut Municipal d'Ocupació Salvador Seguí

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana. (36)

Com a comportaments característics destaquem:

Rarament perds el control davant de situacions que et provoquen tensió.
Reacciones amb predisposició i voluntat davant dels canvis que se't plantegen per tirar endavant la teva feina.
Mostres una actitud positiva i actues de manera equilibrada davant de situacions de pressió a la feina.
Reacciones positivament davant dels fracassos, problemes o situacions negatives, i ajudes les persones del teu entorn a mantenir-se motivades i amb energia.



Ajuntament de Lleida

9/29/2020

Competències transversals - Institut Municipal d'Ocupació Salvador Seguí

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana. (46)

Com a comportaments característics destaquem:

Ets metòdic/a, sistemàtic/a i organitzat/da.
Estableixes objectius parcials i punts importants de control, que vas verificant a mesura que avances.
Estableixes prioritats i terminis per a l'acompliment dels teus objectius.



Ajuntament de Lleida

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Felicitats! Tens desenvolupada la competència en un nivell excel·lent. (48)

Com a comportaments característics destaquem:

T'anticipes a les necessitats dels clients superant les seves expectatives.
Constantment explores noves necessitats dels clients i busques la forma de satisfer-les.
Escoltes amb empatia, ajustant el teu missatge amb els diferents tipus de llenguatges (verbal, no verbal i paraverbal).



Paul Maigua

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana. (34)

Com a comportaments característics destaquem:

T'informes de les necessitats dels clients, intentes assabentar-te de les seves inquietuds o problemes.
Soluciones ràpidament les necessitats dels clients, i ets proactiu en la recerca de solucions satisfactòries per als seus problemes.
Tractes amb respecte els companys, clients i col·laboradors, manifestant sempre una bona predisposició a escoltar-los.



Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana. (52)

Com a comportaments característics destaquem:

Ets metòdic/a, sistemàtic/a i organitzat/da.
Estableixes objectius parcials i punts importants de control, que vas verificant a mesura que avances.
Estableixes prioritats i terminis per a l'acompliment dels teus objectius.



Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana. (32)

Com a comportaments característics destaquem:

Rarament perds el control davant de situacions que et provoquen tensió.
Reacciones amb predisposició i voluntat davant dels canvis que se't plantegen per tirar endavant la teva feina.
Mostres una actitud positiva i actues de manera equilibrada davant de situacions de pressió a la feina.
Reacciones positivament davant dels fracassos, problemes o situacions negatives, i ajudes les persones del teu entorn a mantenir-se motivades i amb energia.



Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana.

Com a comportaments característics destaquem:

Rarament perds el control davant de situacions que et provoquen tensió.
Reacciones amb predisposició i voluntat davant dels canvis que se't plantegen per tirar endavant la teva feina.
Mostres una actitud positiva i actues de manera equilibrada davant de situacions de pressió a la feina.
Reacciones positivament davant dels fracassos, problemes o situacions negatives, i ajudes les persones del teu entorn a mantenir-se motivades i amb energia.

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Felicitats! Tens desenvolupada la competència en un nivell excel·lent.

Com a comportaments característics destaquem:

Organitzes la feina de forma efectiva, utilitzant el temps de la millor manera possible. Tens en compte la urgència i la importància de les feines.
Estableixes mecanismes de control per vigilar els avanços i prens les mesures correctores i preventives necessàries.
Estableixes criteris de gestió i assignació de recursos.

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Felicitats! Tens desenvolupada la competència en un nivell excel·lent.

Com a comportaments característics destaquem:

T'anticipes a les necessitats dels clients superant les seves expectatives.
Constantment explores noves necessitats dels clients i busques la forma de satisfer-les.
Escoltes amb empatia, ajustant el teu missatge amb els diferents tipus de llenguatges (verbal, no verbal i paraverbal).

Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Molt bé! Tens desenvolupada la competència en un nivell bo, per damunt de la mitjana. (40)

Com a comportaments característics destaquem:

Rarament perds el control davant de situacions que et provoquen tensió.
Reacciones amb predisposició i voluntat davant dels canvis que se't plantegen per tirar endavant la teva feina.
Mostres una actitud positiva i actues de manera equilibrada davant de situacions de pressió a la feina.
Reacciones positivament davant dels fracassos, problemes o situacions negatives, i ajudes les persones del teu entorn a mantenir-se motivades i amb energia.



Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Felicitats! Tens desenvolupada la competència en un nivell excel·lent. (52)

Com a comportaments característics destaquem:

T'anticipes a les necessitats dels clients superant les seves expectatives.
Constantment explores noves necessitats dels clients i busques la forma de satisfer-les.
Escoltes amb empatia, ajustant el teu missatge amb els diferents tipus de llenguatges (verbal, no verbal i paraverbal).



Català
Castellano

EINES D'AUTOAVALUACIÓ

Felicitats! Tens desenvolupada la competència en un nivell excel·lent. (58)

Com a comportaments característics destaquem:

Organitzes la feina de forma efectiva, utilitzant el temps de la millor manera possible. Tens en compte la urgència i la importància de les feines.

Estableixes mecanismes de control per vigilar els avanços i prens les mesures correctores i preventives necessàries.

Estableixes criteris de gestió i assignació de recursos.



A.2. Gràfiques O.C.A

Ariadna Aldeguer

Llistes O.C.A.		
Nom: Ariadna Aldeguer		
1 oportunitats	2 capacitats	3 aficions
Estic de Erte i tinc més temps d'estudiar Convisc amb un ingenier informàtic que m'ajuda amb els meus estudis No soc pobre, però tampoc rica	Responsable Treballadora Bona comunicadora Asertiva Perfeccionista Positiva Previsora Organitzada Metòdica	Llegir Viatjar Pintar Tocar el piano Gats Música

Paul Maigua

Llistes O.C.A.		
3 oportunitats	2 capacitats	1 aficions
<ul style="list-style-type: none">-Possibilitat d'utilitzar ordinadors i Diversos aparells electrònics-Àmbit relaxat a casa per treballar-Tranquil amb l'ordinador-Estudiar	<ul style="list-style-type: none">-Determinació per acabar els projectes-Deducció i innovació. Capacitats per treure Solucions a partir dels problemes proposats-Capacitat d'aprendre coses noves cada dia-Capacitat de poder organitzar els plans iObjectius que vull assolir-Capacitat per no perdre el control davant Situacions complicades o de tensió.	<ul style="list-style-type: none">-Tocar el piano-Escoltar música-Dibuixar-Escoltar/Veure documentals-Llegir

Laura Martín

Llistes O.C.A.		
Nom: Laura Martin		
3 oportunitats	2 capacitats	1 aficions
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Poder estudiar<input type="checkbox"/> Família amb recursos<input type="checkbox"/> Poder equivocar-me<input type="checkbox"/> Viure<input type="checkbox"/> Viatjar	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Escoltar a la gent<input type="checkbox"/> Aprendre<input type="checkbox"/> Millorar	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Anar al gimnàs<input type="checkbox"/> Aprendre coses noves<input type="checkbox"/> Viatjar<input type="checkbox"/> Anar en bicicleta<input type="checkbox"/> Passejar al meu gos

Miquel Massó

Llistes O.C.A.		
Nom: Miquel Massó		
3 oportunitats	2 capacitats	1 aficions
<p>Gràcies al covid es més fàcil fer una xarxa de botigues online</p> <p>Gràcies al covid es més fàcil fer mascaretes</p> <p>La normalització del vegetarianisme fa que es puguin treure nous productes al mercat</p> <p>I un altre influència seria l'efecte sobre la gent de les xarxes socials.</p>	<p>Empatia (saber escoltar , l'avia , transmetre confiança)</p> <p>Lògica</p> <p>Iniciativa</p> <p>Síndrome del explorador</p> <p>Inteligència emocional</p> <p>Qüestionar-se les coses</p>	<p>Viatjar</p> <p>Música</p> <p>Gimnàstica</p> <p>Crear projectes</p> <p>Fer de pont (fer que la gent es caigui bé)</p>

Grupal

Llistes O.C.A.		
oportunitats	capacitats	aficions
<ul style="list-style-type: none">• Estudiar• Tenim temps• Salut• Connectivitat• Viatjar• Online - comerç local• Mascaretes• Estil de vida Vegetarià• Influència - Xarxes socials actuals	<ul style="list-style-type: none">• Responsables• Treballadors• Bons comunicadors• Assertius• Positius• Organitzats• Previsors• Mente fría• Saber escoltar - Empatia• Aprendre• Capacitat de millorar• Iniciativa• Transmetre confiança• Inteligencia emocional• Racional• Síndrome del explorador	<ul style="list-style-type: none">• Viatjar• Llegir• Música• Animals• Mantenir-se actiu• Restaurants / Bars• Crear projectes• Informàtica• Series• Xarxes socials

A.3. Currículums Personals

Ariadna Aldeguer



ARIADNA ALDEGUER

Ariadna.Aldeguer@gmail.com
+34 622 400 806
Linkedin.com/in/ariadna-aldeguer/
Github.com/ariadna-aldeguer/

FORMACIÓN

2020 - **GRADO SUPERIOR EN DESARROLLO DE APLICACIONES MULTIPLATAFORMA**
Act Instituto Joan D'Austria

2019 - **MÁSTER EN DISEÑO PUBLICITARIO**
2018 ELISAVA, Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona.

2013 - **GRADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y PÚBLICIDAD**
2017 Escuela Superior de Relaciones Públicas. Universidad de Barcelona.

CERTIFICADOS

2021 - **CRASH COURSE ON PYTHON**
Act GOOGLE, Coursera

2021 - **DATABASE PROGRAMMING WITH SQL**
Act ORACLE.

2020 **COMMUNITY MANAGER**
SEFOR, Drecera.

2020 **POSICIONAMIENTO WEB SEO Y SEM**
SEFOR, Drecera.

JOB-SKILLS

- Competencias en **POO**, adquiridas mediante el estudio del lenguaje **Java**
- Conocimientos sobre tecnologías web y lenguajes de marcado, **HTML, XML, CSS**
- Diseño y manipulación de **Bases de Datos Relacionales (SQL)**
- Gestión y Administración de Sistemas **Linux (Bash)**
- Implementación, explotación y adecuación de sistemas **ERP-CRM**
- Control de versiones en **GitHub**

EXPERIENCIA LABORAL

2017 **COPYWRITER**
2018 Agencia de publicidad Maripili. Desarrollo de propuestas de briheng. Planificación y seguimiento de campañas publicitarias. Redacción de contenidos.

2017 - **CAMARERA**
Act Hotel Campanile. Control de sala. Servicio de restaurante. Control de stock y realización de inventarios y pedidos.

IDIOMAS

- Castellano Nativo
- Catalán Nativo
- Inglés Intermedio

HABILIDADES

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign

DATOS DE INTERÉS

- Carnet de conducir
- Disponibilidad horaria y geográfica

Paul Maigua

DATOS PERSONALES

Nombre y apellido : Paúl Gerard Maigua Sarango
Domicilio actual : Barberà del Vallés
Teléfono : 662 23 97 38
E-mail : paugermaisar@hotmail.es

ESTUDIOS

Instituto Joan d'Àustria - Bachillerato de Ciencias y Tecnología (2020)

Instituto Joan d'Àustria - Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma (Cursando)

IDIOMAS

Castellano : Conocimiento superior, a nivel oral y escrito
Catalán : Conocimiento superior, a nivel oral y escrito
Inglés : Conocimiento medio, a nivel oral y escrito

INFORMÁTICA

Conocimientos MSOFFICE nivel avanzado

Conocimientos de informática nivel avanzado:

Lenguajes de informática: Linux, Mysql, Java, HTML, CSS, XML, Github

COMPETENCIAS

Persona muy ordenada y responsable con los estudios y trabajos, con el objetivo de superarme y adquirir más experiencia.

INTERESES

Tengo gran interés en todo lo referente al conocimiento de programación de videojuegos y aplicaciones en general.

DATOS DE INTERÉS

- Alta disponibilidad para el aprendizaje
- Disponibilidad horaria completa
- Logros: Ganador de la fase local del concurso de inglés *The Fonix* (2017)
- Competencias: Persistencia, creatividad, iniciativa y optimismo.
- Aficiones: Tocar el piano, dibujar y leer libros.



Laura Martín Nuñez

Rambla Once de Setiembre n1
esc A 3-4, 08030, Barcelona,
España

+34 617922287

laura.martin2002@gmail.com

IDIOMAS

CASTELLANO NATIVO
CATALÁN NATIVO
INGLES B1

**CAPACIDADES
INFORMÁTICAS**

Java
Python
HTML
CSS
XML
DTD
XML-Schema
MySQL
Oracle
Vagrant
Odo
Virtual Box
Brackets
Bases de Datos
Github
Windows
Linux

LAURA MARTÍN

SOBRE MI

Estudiante de ciclo formativo de Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma, en el primer curso con muchas ganas de aprender I trabajar. Buscando mejorar mis conocimientos sobre el entono de la programación.

FORMACIÓN ACADÉMICA

(2018 - 2020)

BACHILLERATO TECNOLÓGICO
INS PRINCEP DE VIANA

(2020 - Actualmente)

CICLO FORMATIVO DAM
INS JOAN D'AUSTRIA

CURSOS COMPLEMENTARIOS

(2020 - Actualmente)

PROGRAMACIÓN DE BASES DE DATOS SQL
ORACLE ACADEMY

APTITUDES

- Flexibilidad horaria y geográfica
- Comunicación
- Organización
- Trabajo en equipo
- Autonomía
- Creatividad
- Puntualidad

Miquel Massó Moreno

Barcelona • 646174679

miquelmassomoreno@gmail.com • www.linkedin.com/in/miquel-massó

Más de 5 años ampliando mis conocimientos de Informática, mejorando el trabajo en equipo y el compromiso con buena flexibilidad a fin de ser aún más innovador y conocer nuevos campos.

FORMACIÓN ACADÉMICA

Ingeniería Informática • Universidad de Girona 2017 - 2020

CFGS Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma • Ins Joan d'Àustria actualmente

Grado en psicología • UOC actualmente

COMPETENCIAS

- Inglés B2 (EOI)
- Catalán Nativo
- Español Nativo
- Alemán iniciado
- Italiano iniciado
- Conocimientos en Informática:
 - o SQL • Oracle • Java • C++ • Python • php • html • css • xml • R • software • Hardware • Office
- Capacidad de adaptación: En todos mis proyectos he apostado siempre por la flexibilidad organizacional y estratégica al ambiente siempre variable.
- Orientación a resultados: Disfruto fijándome metas y superando los estándares de desempeño y plazos establecidos.

VOLUNTARIADO

Dehradun, India • AIESEC (06/2021) – (07/2021)

Lograr niveles más altos de productividad económica a través de la diversificación, la actualización tecnológica y la innovación. Ayudar al desarrollo de investigación orientada a aplicaciones.

Navi Mumbai, India • AIESEC (07/2021) – (09/2021)

Contribuir al objetivo global 4.1 del ODS, una mejor educación para los estudiantes desfavorecidos de la comunidad.

DATOS DE INTERÉS

- Disponibilidad completa
- Permiso de conducir y vehículo propio
- Movilidad geográfica

2. ENQUESTA

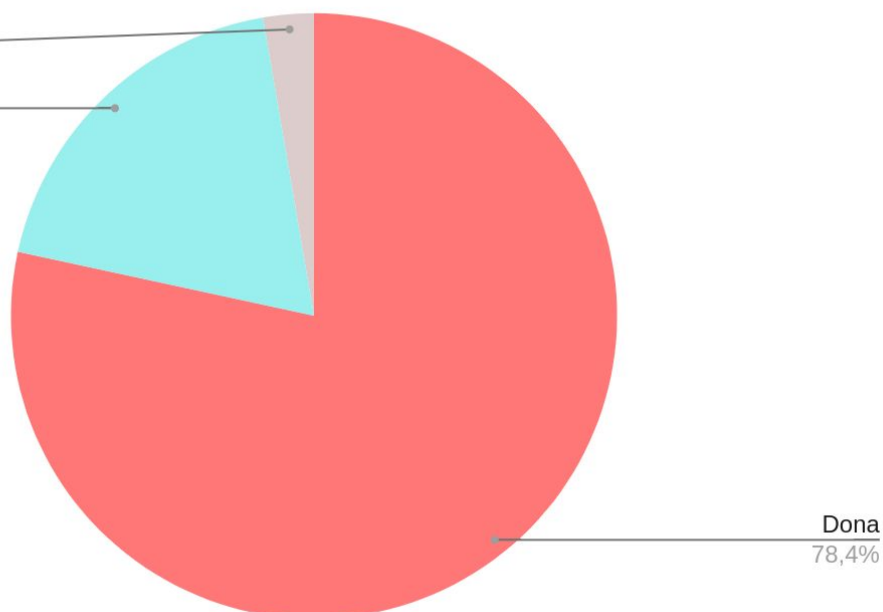
1.- Sexe

Prefeix no contestar

2,7%

Home

18,9%



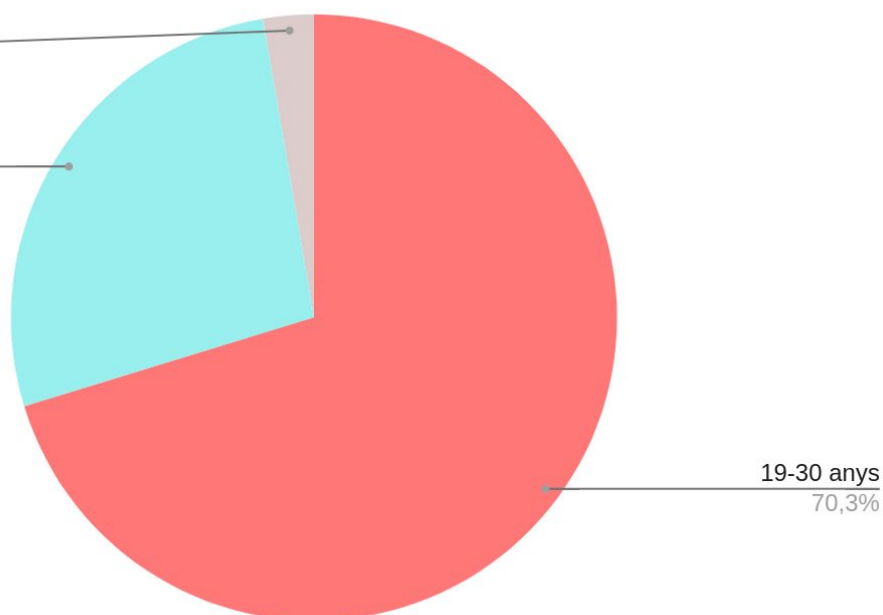
2. Edat

>50 anys

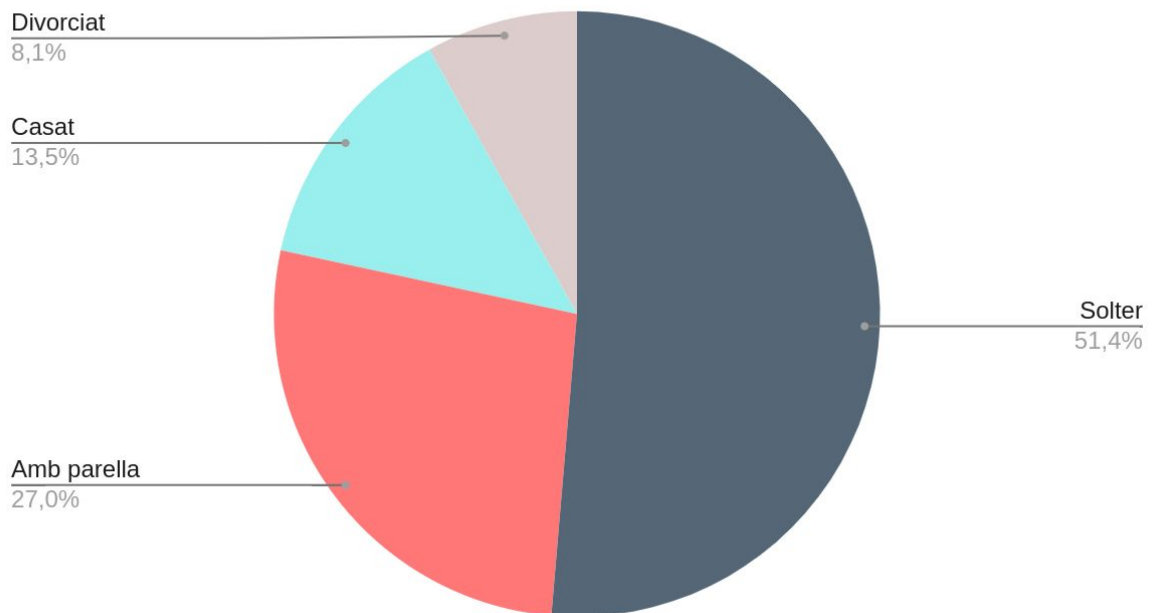
2,7%

31-50 anys

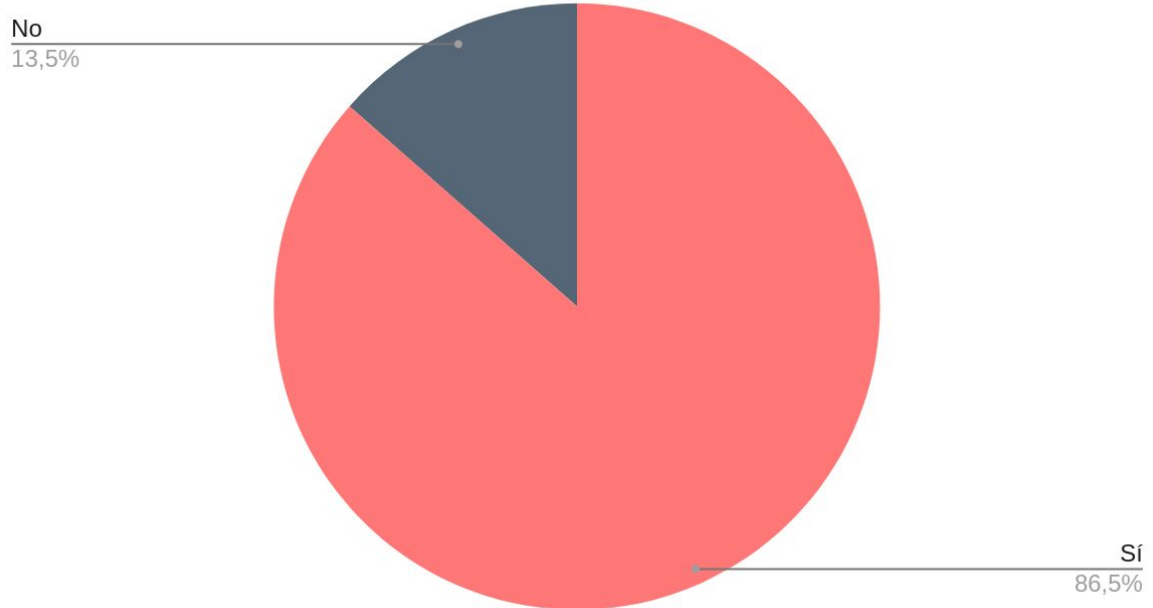
27,0%



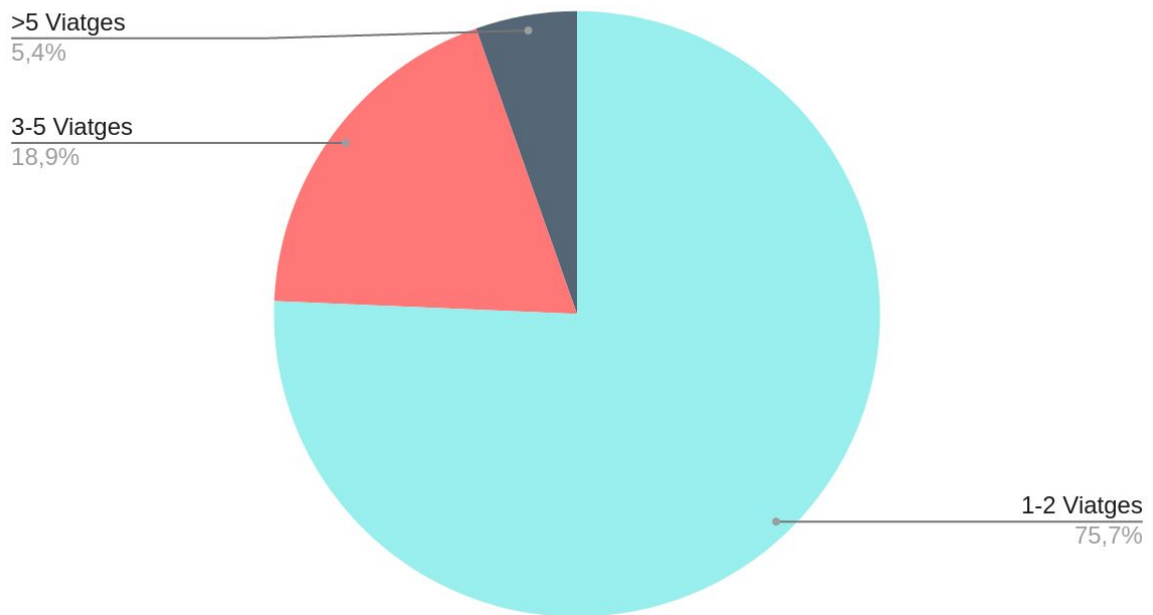
3. Estat civil



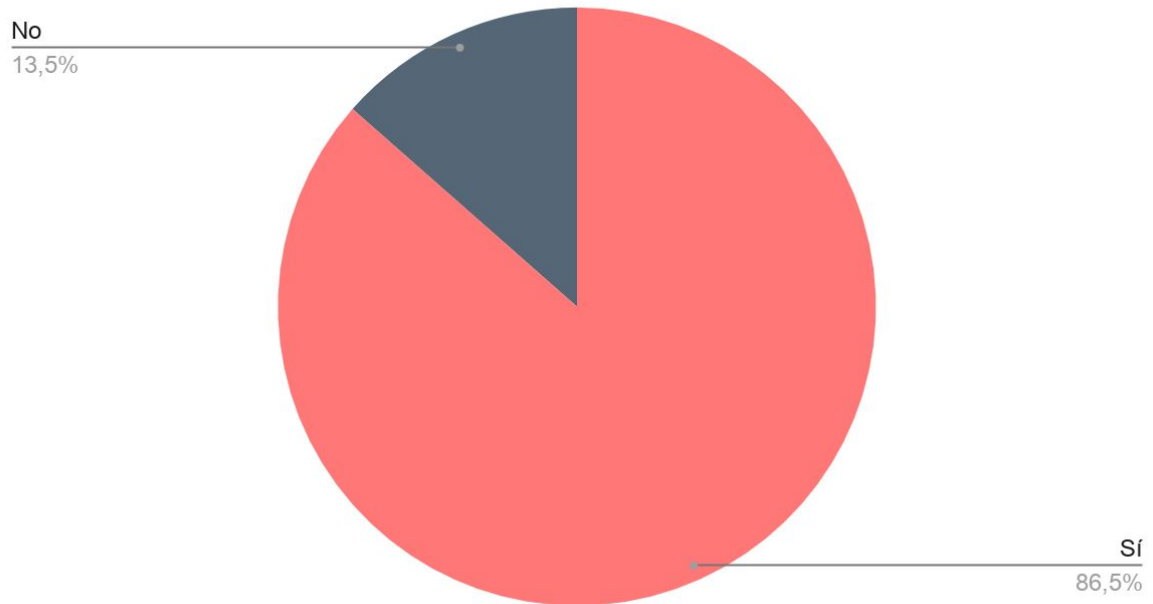
4. ¿Li agrada viatjar?



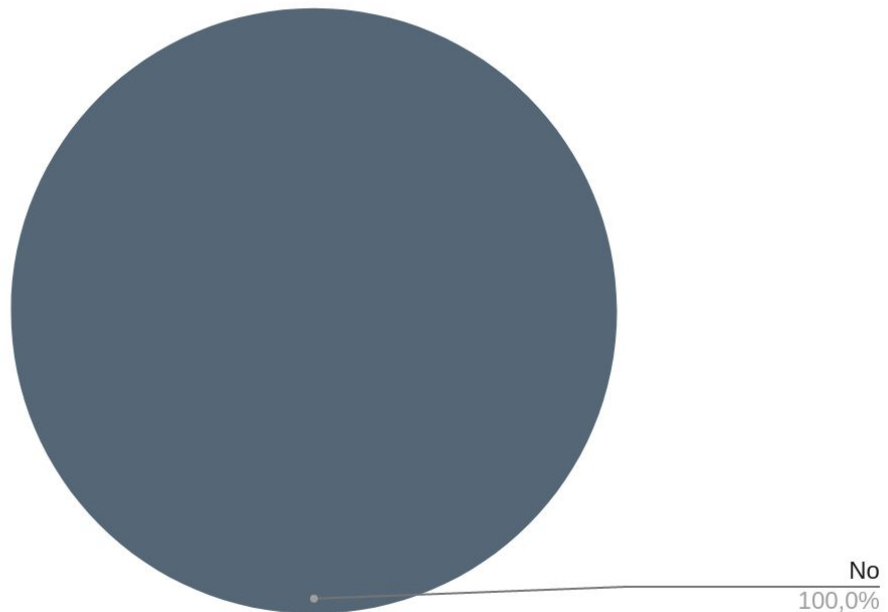
5. ¿Quants viatges realitza durant un any?



6. ¿Organitza el viatge pel seu compte?

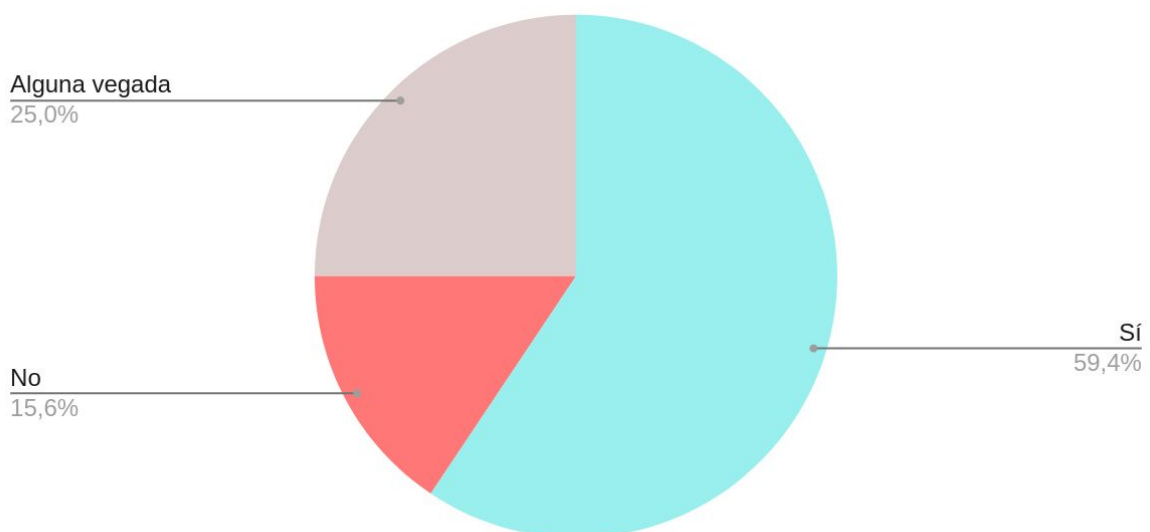


7.1. A la resposta "No"; ¿Utilitza agències de viatges?



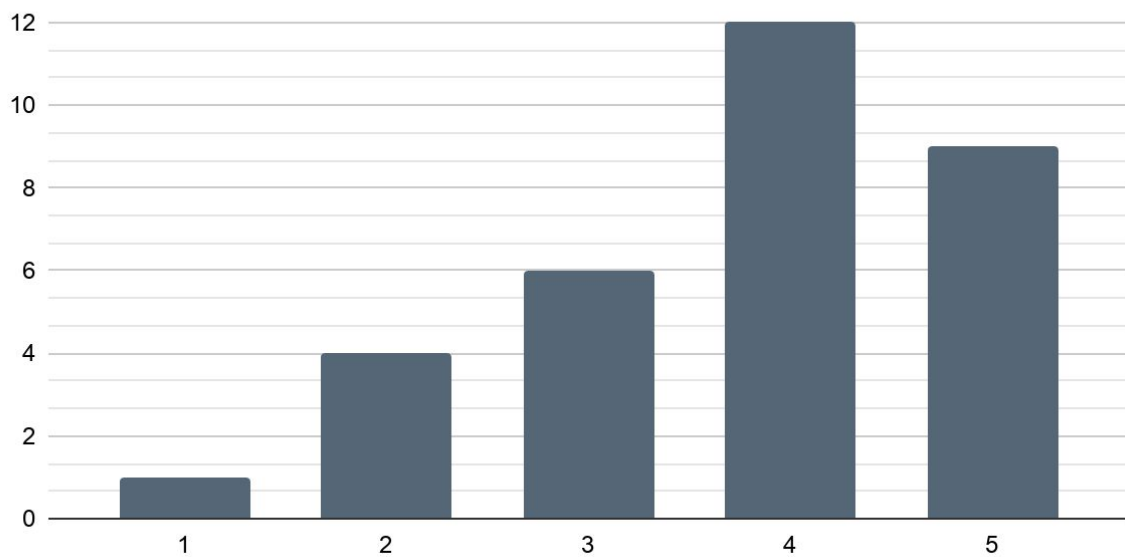
7.2. A la resposta Sí; ¿Realitza recerques sobre plans de viatge?

Ex: Tres dies a Roma



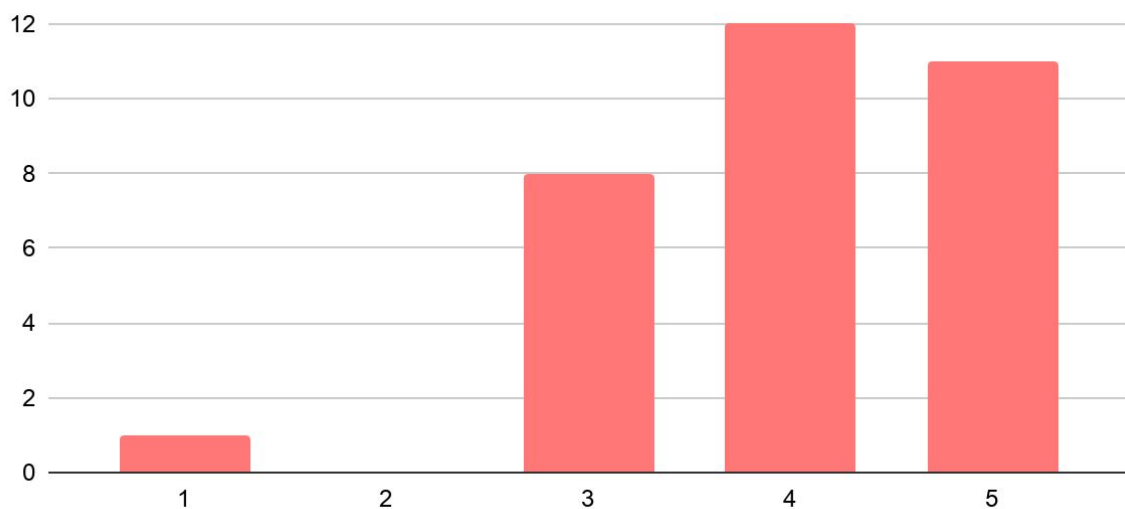
7.2. A la resposta Sí; ¿Li agrada realitzar aquestes recerques?

On 1 es refereix a "Molt poc" i el número 5 a "Molt"



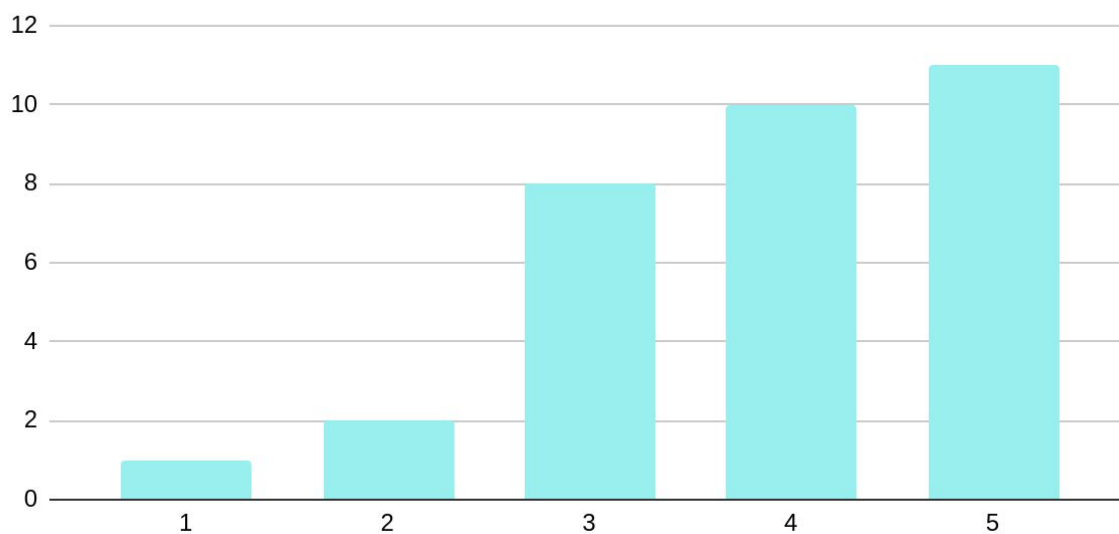
7.2 A la resposta Sí; ¿Per vostè és important que la resposta sigui personalitzada a les seves necessitats?

On 1 es refereix a "Molt poc" i el número 5 a "Molt"

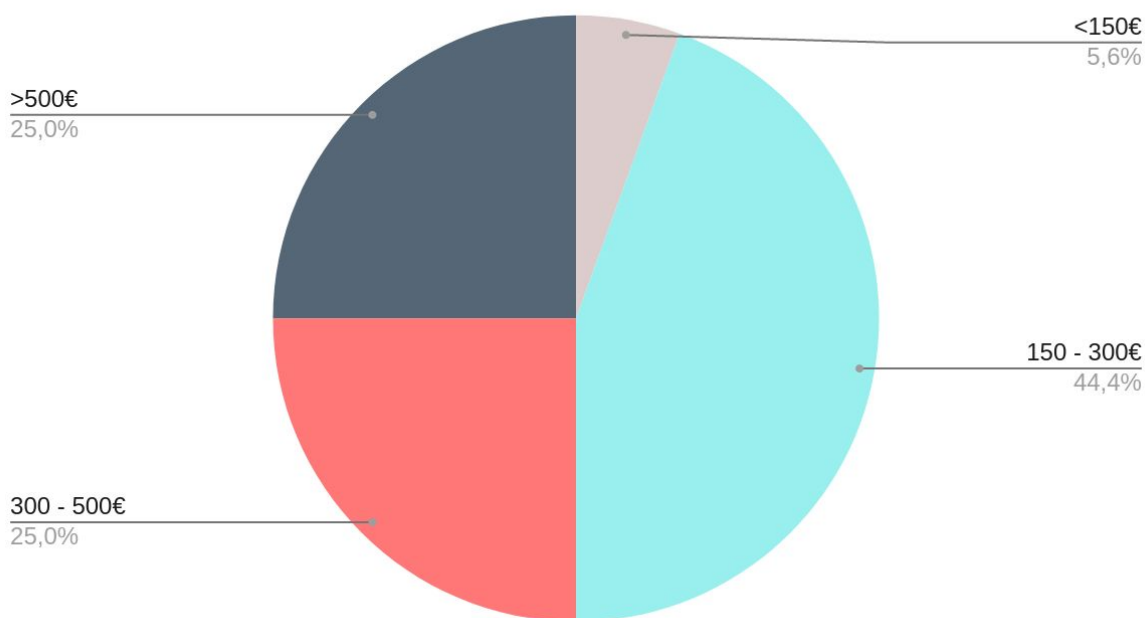


7.2 A la resposta Sí; ¿Quant de temps creu que inverteix realitzant aquestes búsquedes?

On 1 es refereix a "Molt poc" i el número 5 a "Molt"

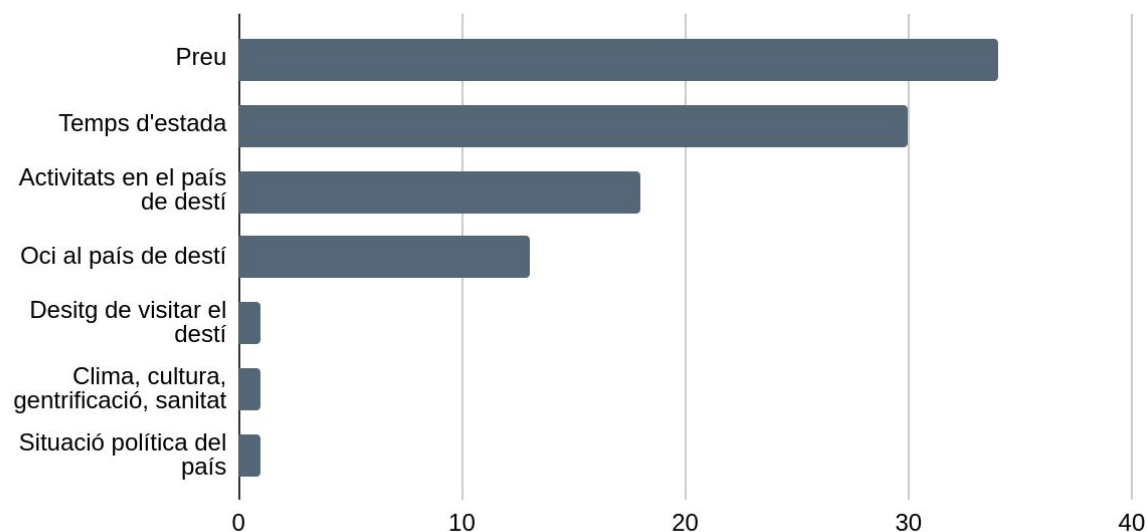


8. Habitualment, ¿Qual sol ser el seu pressupost de viatge?



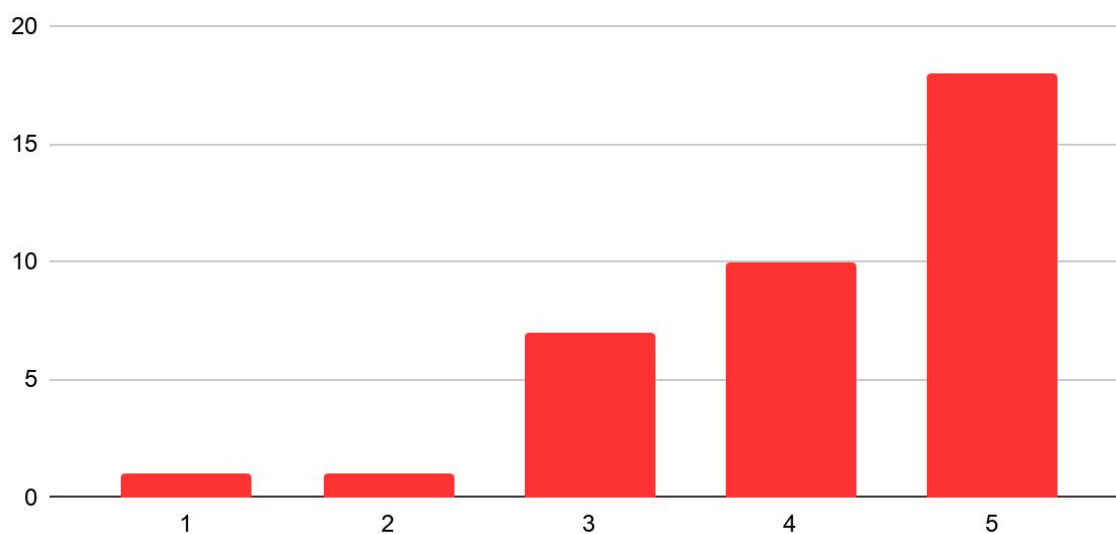
9. ¿Quins aspectes considera importants alhora d'organitzar un viatge?

Marqui tantes opcions com consideri



10. ¿Li agradaria trobar una pàgina web que oferís un pla de viatge segons les seves preferències?

On 1 es refereix a "Molt poc" i el número 5 a "Molt"



11. ¿Le agradaría sugerir alguna idea?

Que se incluyera el tipo de viajero que se suele alojar en cada establecimiento
No subir los precios al refrescar la página
Que hayan más planes para singles
Propuestas para quienes buscan deporte, para personas más sedentarias, para personas enfocadas al arte (cultural)... no tan genérico cómo si fuéramos ovejas de rebaño con un guía.