

Plataforma virtual de modelo C2C de intermediación educativa, focalizado en estudiar en España: Xiguotuzhi

**Autores: Zigang Wang,
Jiewen Tan**

Tutor: Mariano Yagüe

Barcelona, 5 de junio de 2015

Máster en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológica



UNIVERSITAT DE BARCELONA



Resumen

Este trabajo trata de un plan de negocios de la Plataforma virtual de modelo C2C de intermediación educativa, focalizado en estudiar en España: Xiguotuzhi.

En el 2014 se registró un ingreso de 7,500 estudiantes chinos en España. Es una realidad que estos estudiantes viven una enorme brecha cultural y no es fácil adaptarse.

Por eso, nos incorporamos en la economía de colaboración y creamos esta plataforma con el objetivo de promover el autoservicio y la interacción de los estudiantes. Xiguotuzhi es una plataforma de comercio electrónico de C2C, perteneciente a Beijing Xiguotuzhi International Education (Sino-España), Ltd., registrada en China en el año 2014, que sirve como un puente para vincular los estudiantes chinos que quieren estudiar en España pero no tienen los contactos necesarios para hacerlo, con los estudiantes chinos o nativos que llevan un tiempo en España y conocen perfectamente el sistema universitario y el entorno. En nuestra plataforma pueden seleccionar los "ofertantes" que les interesan según su perfil o los comentarios de otros usuarios. De esta manera, también damos a los ofertantes la oportunidad de tener acceso a un "mercado" de estudiante Chino que nunca les han ofrecido los intermediarios tradicionales.

En Xiguotuzhi, somos tres socios:

Rubén Vilar López: Catalán. Ingeniero informático. Se encarga del sector tecnológico de la empresa y los negocios en España.

Zigang Wang: Estudiante chino en Barcelona. Estudió el máster en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológicas en la Universidad de Barcelona. Se encarga de la administración y la financiación de la empresa y los negocios en el norte de China.

Jiewen Tan: Estudiante china en China. Estudió el máster en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológicas en la Universidad de Barcelona. Se encarga del marketing y comunicación de la empresa y los negocios en el sur de China.

Nuestro modelo de negocios es similar al de Ebay y Alibaba. Cobramos una comisión a los ofertantes sobre los precios de sus servicios. Hasta ahora, sólo existen los intermediarios tradicionales que ofrecen un paquete de servicios con precios muy alto. Somos la primera plataforma de intermediación educativa en China y con la innovación de esta plataforma queremos evolucionar totalmente el sector tradicional de las agencias de educación internacional en China. Con nuestra plataforma, esperamos no sólo crear una oportunidad y ambiente de ayudarse entre la comunidad de estudiantes chinos en España, sino también promover o facilitar el intercambio de cultura y talentos entre China y España.

Nuestro plan de negocios va a analizar todos los aspectos que pueden afectar nuestro proyecto incluyendo el análisis del entorno, marketing, operaciones, estructura organizativa, recursos humanos, financiación, legislación, juridicidad y las estrategias. Y este trabajo tiene un fin para que evaluemos nuestro proyecto de manera objetiva y sigamos trabajando en ello de forma correcta en el fruto.

Índice

Resumen	i
1. Presentación de la Empresa	1
1.1 Concepto de negocio	1
1.2 Modelo de negocio (Canvas)	4
1.3 Estrategias	5
1.4 Misión, Visión y Objetivos.....	8
2. Análisis del Entorno	10
2.1 Macro entorno.....	10
2.1.1 Entorno Económico.....	10
2.1.2 Entorno Socio-cultural	10
2.1.3 Entorno Político	12
2.1.4 Entorno Legal y Fiscal.....	12
2.1.5 Entorno Tecnológico	13
2.1.6 Conclusiones Entorno: Impacto en la Organización.....	13
2.2 Microentorno	14
2.2.1 Análisis del Mercado.....	14
2.2.2 Análisis de competidores	16
2.2.3 Análisis de clientes	19
2.3 DAFO	25

3. Plan de marketing	27
3.1 Productos	27
3.2 Estrategia de Precio	29
3.3 Estrategia de Distribución	30
3.4 Estrategia de Comunicación	31
3.4.1 Los objetivos de comunicación	31
3.4.2 Análisis de los medios	31
4. Plan de Organización y Recursos Humanos	34
4.1 Estructura Organizativa.....	34
4.2. Política de Selección y retribución.....	37
5. Plan de económico y financiero	40
5.1 Previsión de ventas.....	40
5.2 Gastos de Explotación.....	43
5.3 Gastos de Personal	45
5.4 Cuenta de Resultado Provisional.....	46
5.5 Financiación y Inversión.....	48
5.6. Provisión de Tesorería	51
5.7 Balance Situación.....	52
5.8 Análisis de los ratios	54
6. Plan Jurídico	55

6.1 Forma jurídica y Constitución de la empresa	55
6.2 Permisos, licencias y obligaciones registrales	56
7. Conclusión.....	57
8. Bibliografía	60
9. Anexos	62

1. Presentación de la Empresa

1.1 Concepto de negocio

Xiguotuzhi es una plataforma de comercio electrónico de C2C que sirve como un puente para vincular los estudiantes chinos (los demandantes) que quieren estudiar en España pero no tienen los contactos necesarios para hacerlo, con los estudiantes chinos o nativos (los ofertantes) que llevan un tiempo en España y conocen perfectamente el sistema universitario y el entorno. Tanto los demandantes como los ofertantes son nuestros clientes. En nuestra plataforma, los ofertantes ponen su perfiles servicios que pueden ofrecer indicando los precios y el tiempo que necesitan para realizar cada servicio. Para validar el perfil de los ofertantes, les pedimos subir las tarjetas necesarias como el DNI (el NIE) y tarjeta de estudiantes a la plataforma. Los demandantes no sólo pueden seleccionar los servicios que necesitan, sino también los ofertantes que les interesan según su perfil o los comentarios de otros usuarios.

Nuestro modelo de negocios es similar al de Ebay y Alibaba. Ofrecemos la plataforma para juntar los dos grupos de clientes y cobramos una comisión de 25% a los ofertantes sobre los precios de sus servicios. Cuando el demandante haya elegido el ofertante, compra los servicios a la plataforma. O sea, paga a la plataforma. Una vez hayamos recibido el pago, ponemos en contacto el demandante con el ofertante para que hablen de los detalles de los servicios. Cuando se hayan terminado los servicios, los demandantes tienen que confirmar con la plataforma. Después de

eso, pagamos al ofertante sus honorarios con la comisión deducida.

En cuanto a las situaciones especiales, resolvemos los problemas según las normas siguientes:

- Si el demandante no ha confirmado con la plataforma una semana después de terminar el servicio, el ofertante puede solicitar el pago a la plataforma. En este caso, si la plataforma verifica que el servicio se ha realizado y cumple el criterio, pagamos al completo al ofertante.
- Durante el proceso de servicio, si el demandante quiere cancelar el servicio por razones personales, devolvemos parte del pago al demandante.
- Durante el preproceso de servicio, si el ofertante quiere cancelar el servicio por razones personales, devolvemos el pago total al demandante.
- Si el ofertante está fuera de contacto mucho tiempo después del pago antes del comienzo del servicio o no puede terminar el servicio antes del límite sin comunicar con el demandante, devolvemos el pago total al demandante.
- Si el contenido y la calidad del servicio que ofrece el ofertante tiene mucha diferencia con lo que explica, devolvemos el pago total al demandante.
- Si se produce discusión entre las dos partes, el grupo de administración de la plataforma arbitra y decide la forma de solucionar.

La plataforma Xiguotuzhi está vinculado con Alipay. Alipay es una líder plataforma independiente de pago contra terceros en línea en China. Fundada en 2004 por Alibaba, se ha convertido en un proveedor líder de servicios internacionales de comercio electrónico dedicado a proporcionar a sus miembros una sencilla, segura y rápida solución de pago en línea. Alipay tiene el mayor cuota de mercado de pago en línea en China con más de 300 millones de usuarios en el febrero de 2014. Usamos el sistema de Alipay para facilitar a los usuarios en la mayor medida posible y garantizar la seguridad de la transacción.

Nuestro negocio tiene dos "cores" - autoservicio y network effect. Promovemos el autoservicio de los estudiantes. En vez de comprar un paquete de productos con un precio alto a los intermediarios tradicionales, pueden elegir los servicios que realmente necesiten y los ofertantes que les interesan a través su perfil y los comentarios de otros usuarios. La comunidad Xiguotuzhi permite a los ofertantes tener acceso a un mercado de estudiantes chinos y a los demandantes entrar en la comunidad china en España que puede ayudarles personalmente. Los más ofertantes que tenemos, más clientes podemos capturar. Y cuando ya tenemos una cantidad de clientes, vamos a atraer más ofertantes. Esto es el network effect que decimos y tenemos un "first-mover advantage".

1.2 Modelo de negocio (Canvas)

<p>SOCIOS CLAVE</p> <p>Entidades que cooperan con nuestra empresa, y que pueden ofrecernos clientes potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidades chinas. • Institutos académicos. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing. • Mantenimiento de la plataforma web. • Prestación de servicios para traer estudiantes chinos a España. 	<p>PROPUESTAS DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoservicio • Network Effect • Seguridad en los trámites. • Relación calidad-precio • Promover el intercambio cultural. • Innovación en comparación con las agencias de educación internacional. 	<p>RELACIONES CON CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación indirecta con los clientes a través de los ofertantes. • E-mail. • Plataforma virtual. 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes que quieren una educación de calidad en España y que para conseguirlo quieren un servicio seguro y personalizado.
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compensación a los ofertantes • Marketing • Desarrollo y soporte de la plataforma web • Búsqueda y selección de personal 		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comisiones por cada estudiante que venga a España. 		
<p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofertantes de la plataforma, estudiantes chinos que ya están en España. • Facilidad en la ejecución de los trámites. • Apoyo al demandante. 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma virtual 		

1.3 Estrategias

Estrategia Corporativa	
Estrategia de crecimiento	Ocupar más cuota del mercado y ser el número uno en el sector.
Estrategia de internacionalización	Penetrar en el mercado de toda España en un año, en el de Latinoamérica en tres años y en otros países no hispanohablantes en 5 y 10 años.
Estrategia de diversificación del modelo de negocios	Diversificar el modelo de negocios según el cambio de situaciones.

Estrategia de Negocios	
Estrategia de especialización en el sector de intermediación educativa	Nos enfocamos sólo en el sector de servicios de intermediación educativa.
Estrategia de optimar la relación coste-calidad	Ofrecer servicios de alta calidad con precio competitivo.
Estrategia de diferenciación o innovación	Seguir innovando en el modelo de negocios, en la plataforma, en marketing y en otras cosas.

Estrategia de Finanzas

Sobre inversión: Conseguir inversiones internas o conseguir socios.

Crecimiento interno

Sobre la estructura financiera: Conseguir soportar la empresa con lo que han generado los negocios. (aumentar las demandas)
funcionar con financiamiento interno

Estrategia de Ventas

A corto plazo (año 1- año 3)	
Ventas basadas en la Página Web	100%
A medio plazo (año 3)	
Ventas basadas en la Página Web y la aplicación	80%
Paquetes de Productos (colaboración con los institutos de idiomas)	20%
<i>Cuando Xiguotuzhi tiene una cantidad de clientes y se conoce en el sector.</i>	
A largo plazo (año 5)	
Ventas basadas en la Página Web y la aplicación	50%
Paquetes de Productos (colaboración con los institutos de idiomas y las universidades)	50%
<i>Cuando Xiguotuzhi se convierte en una marca con influencia en el sector.</i>	

A corto plazo (del año 1 al año 3) 100% de las ventas se basa en la página web. A medio plazo (año 3) cuando Xiguotuzhi tiene una cantidad de clientes y se conoce en el sector, vamos a colaborar con algunos institutos de idiomas para lanzar los paquetes de productos. Por ejemplo, si un alumno compra unas clases de idiomas del tal instituto, puede disfrutar de nuestros servicios con descuento. Este tipo de productos ocupa un 20% de nuestras ventas y el 80% todavía se basa en la página web y la aplicación. A largo plazo (del año 5 al año 10) cuando Xiguotuzhi se convierte en una marca con influencia en el sector, las ventas sobre los paquetes de productos se aumentan hasta un 50%. Aparte de los institutos, las universidades también pueden ser nuestros socios de colaboración. Y la otra mitad de ventas se basa en la página web y la aplicación.

Estrategia de Marketing

Estrategia de Social Media Marketing	Presentar en todos los redes sociales famosas de China haciendo promociones e interacciones con los clientes.
---	---

Estrategia de colaboración	Colaborar con los institutos educativos, universidades y las uniones estudiantiles .
-----------------------------------	--

Estrategia de RRHH

Estrategia de promoción justa	Poner a los empleados en un sistema justo y transparente de promoción y controlar el ritmo de promoción de algunos empleados muy capaces al mismo tiempo.
--------------------------------------	---

Estrategia de formación	Formar a los empleados de conocimientos específicos de su puesto.
--------------------------------	---

Evaluación 360	Evaluar los empleados por perspectivas diferentes.
-----------------------	--

1.4 Misión, Visión y Objetivos

Misión: Ofrecer a los estudiantes, servicios de intermediación educativa profesionales, personalizados y con una excelente relación calidad-precio para ayudarlos a desarrollarse como talentos en un ambiente internacional.

Visión: Ser la mejor plataforma de servicios de intermediación educativa en China reemplazando los intermediarios educativos tradicionales.

Objetivos:

A corto plazo (el año 2015)

- Conseguir que por lo menos un 5% de los estudiantes que quieren estudiar en España contraten servicios de nuestra plataforma en el año 2015.
- Conseguir que por lo menos un 80% de los estudiantes chinos que están en España conozcan nuestra plataforma.
- Conseguir lo más seguidores posible en los webs de Social Media de China, que son Wechat, Weibo, Renren.
- Comunicar con 15-20 escuelas secundarias y universidades donde se imparte clase de español para negociar la posibilidad de cooperaciones.
- Conseguir por lo menos 150 ofertantes en todas partes de España.
- Ocupar un cuota de 50% del mercado de intermediación educativas para España en las ciudades medio-pequeñas en China.

A medio plazo (en 5 años)

- Conseguir que por lo menos un 50% de los estudiantes que quieren estudiar en España contraten servicios de nuestra plataforma.

- Conseguir por lo menos 300 ofertantes en todas partes de España.
- Ocupar un cuota de 50% del mercado de intermediación educativas para España en todas las ciudades en China.
- Empezar el negocio en el mercado de Latinoamérica.
- Contactar con 5 universidades de México, Cuba, Chile y Argentina.

A largo plazo (de 5 a 10 años)

- Ser una marca con influencia en el sector.
- Conseguir que por lo menos un 70% de los estudiantes que quieren estudiar en España y 60% Latinoamérica contratar servicios de nuestra plataforma.
- Conseguir por lo menos 400 ofertantes en España y los países latinoamericanos.
- Ocupar un cuota de 70% del mercado de intermediación educativas para España y Latinoamérica en todas las ciudades en China.
- Contactar con 20 universidades de España, México, Cuba, Chile, Argentina y otros países.
- Empezar el negocio en el mercado de los países no hispanohablantes.

2. Análisis del Entorno

2.1 Macro entorno

2.1.1 Entorno Económico

- Los precios de los estudios y la vida son relativamente bajos que los países anglosajones. La mayor parte de las familiares no son capaces de sostener a sus hijos para estudiar en los países como Estados Unidos, Reinos Unidos, Australia y Canadá por problemas económicos. Por lo tanto, España se ha convertido en una alternativa muy buena para los chinos.
- El cambio entre Euro y RMB bajó del 1:10 en el año 2008 a 1:7 en el año 2015, esto significa que el estudiante chino puede ahorrar más dinero. Este cambio ha disminuido el coste de los estudios fuera de China lo que ofrece mejores oportunidades para ir a estudiar fuera.

2.1.2 Entorno Socio-cultural

- El tema del acceso a la universidad siempre es una polémica en China. Para entrar en una universidad de China, es necesario asistir a un examen nacional de acceso, llamado GaoKao (también conocido en inglés como National Higher Education Entrance Examination). En el año 2014, había más de 9,390,000 estudiantes asistieron a este examen y sólo 3,630,000 entre ellos fueron admitidos por universidades de China. El

examen de Gaokao consiste en distintas pruebas escritas muy duras y una gran parte de los estudiantes no tienen oportunidad de cursar un grado en China. Así que muchos de ellos eligen ir a estudiar fuera.

- Cada día hay más padres que se dan cuenta de la importancia del español. Dado que actualmente casi todos los estudiantes chinos saben inglés, el saber inglés ya no es objeto de diferenciación entre los estudiantes chinos. Por lo tanto, para diferenciarse entre todos los otros estudiantes y para dar más oportunidades a sus hijos para crecer, estos empiezan a mandar a sus hijos a estudiar español, la tercera lengua del mundo en cantidad de hablantes.

- Por lo consiguiente, en los últimos 4 años, el español está de moda en China, aparte del Instituto Cervantes, muchas escuelas del idioma locales empiezan a ofrecer cursos de español, y siempre atraen mucha gente. Además, China tiene relaciones muy estrechas con los países latinoamericanos y el volumen de los comercios bilaterales se ha incrementado mucho en los últimos años, ya que muchos chinos ven oportunidades en los países latinos.

- Muchos chinos creen que sus hijos podrán recibir una educación y formación avanzada si estudian en el extranjero.

- Los estudiantes chinos no están satisfechos con los servicios prestados por las agencias tradicionales ya que son caros, poco personalizados e irresponsables.

2.1.3 Entorno Político

- Desde el año 2007, los diplomas pueden ser reconocidos tanto en China como en España con la posibilidad de poder acreditarlos. Esto es una política muy atractiva para los estudiantes chinos ya que con las homologaciones del diploma de bachillerato y las notas de GaoKao, los estudiantes chinos tienen las mismas condiciones de entrar en una universidad como los españoles.
- Las políticas sobre el estudio en España son favorables para los estudiantes chinos ya que no existen grandes diferencias en los trámites y no hay demasiadas dificultades para poder cursar los estudios para la gente extranjera.
- La embajada de España acreditada en China casi nunca deniega un visado de estudiante. El gobierno declaró que quería hacer las ciudades, como Barcelona, los centros de estudios, y ofrecer más oportunidades de estudios a los estudiantes extranjeros. Con lo que aumenta en gran medida la facilidad de intercambio de estudiantes entre países.
- Para sacar un título de máster, en China los estudiantes tienen que estudiar 3 años y en España solo 1.
- La concienciación sobre el intercambio cultural entre los países latinoamericanos y España ayuda a crear lazos estrechos con estas empresas poniéndolos como los amigos estratégicos más importantes de China.

2.1.4 Entorno Legal y Fiscal

- Fiscalmente, el gobierno permite a las empresas que se dedican a la consultoría y educación aplicar una IVA reducido de un 6%. Y para las

empresas startups el tipo de impuesto sobre la sociedad se reduce a un 20%.

2.1.5 Entorno Tecnológico

- La E-comercialización ya se ha extendido por muchos sectores tradicionales. Eso hace que los modelos de negocios de varios sectores tradicionales cambien radicalmente pudiendo desarrollarse con mayor facilidad.
- El internet ya ha pasado a ser una herramienta indispensable de promoción y venta del servicio y producto de una empresa.

2.1.6 Conclusiones Entorno: Impacto en la Organización

Los factores económicos, políticos y socio-culturales hacen que España ha sido un destino cada vez más popular para los estudiantes chinos. Eso significa que tenemos un mercado muy potencial. El que los estudiantes no estén conformes con los servicios que ofrecen los intermediarios tradicionales nos da más oportunidades. Como una start up de base tecnológica, disfrutamos de muchas políticas favorables, que nos facilitan la sobrevivencia al principio. Aplicamos el e-comercio al sector tradicional de intermediación educativa. Eso es innovadora en China y evolucionará totalmente ese sector. Estamos en una situación de ganar desde todo punto de vista.

2.2 Microentorno

2.2.1 Análisis del Mercado

El mercado de los servicios para estudios en España tiene una tendencia al incremento. Las demandas siguen creciendo en los últimos años ya que cada año hay más estudiantes chinos que quieren ir a estudiar grado, máster o cursos de idioma a España. Pero el conocimiento del idioma y las tramitaciones complejas son grandes problemas para los estudiantes. Muchos de ellos no son capaz de cumplir individualmente todo el proceso de la solicitud de universidad, selección de carreras, la solicitud de visado y etc. A partir de eso, nace la "necesidad". Para satisfacerla, en China, aparecen muchos intermediarios (o agencias) que enfoquen en el mercado de estudios en extranjero. Estos intermediarios tienen una plantilla fija de varios trabajadores quienes conocen bien el tema universitario y el entorno y pueden ayudar a los estudiantes a preparar los documentos, corregir la carta de motivación, traducir CV, sacar el visado y etc.

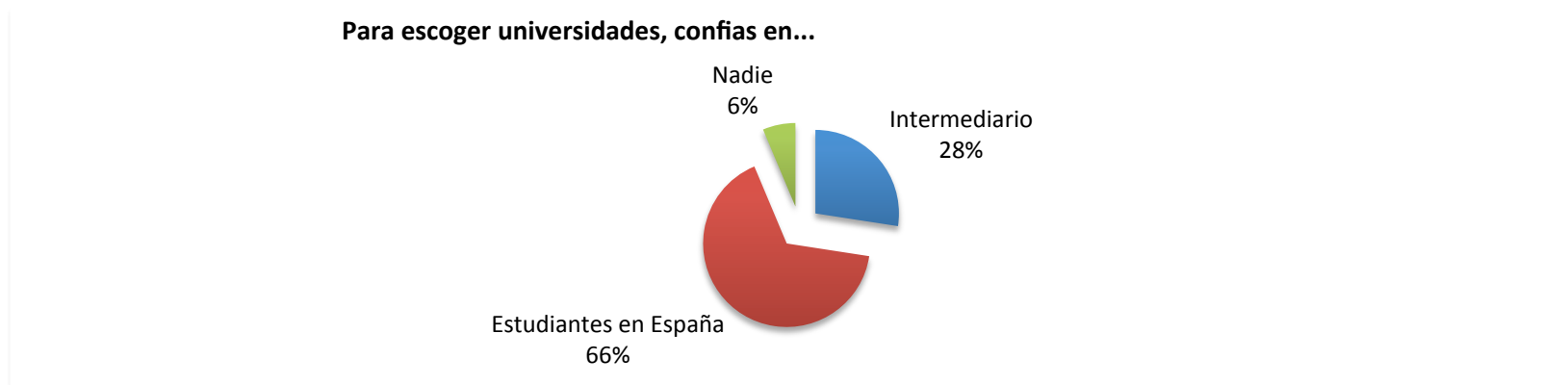
Pero las demandas de este mercado no están satisfechas totalmente, porque los servicios que ofrecen los intermediarios son monótonos y carecen de personalización. Para concretar la situación y las necesidades de este mercado actual, realizamos una encuesta entre 127 estudiantes que tienen ganas de estudiar en España:

-Un 67% de los estudiantes creen que los servicios que ofrecen los intermediarios tradicionales no son todos necesarios para ellos. O sea, sólo necesitan unos de ellos. Pero como los intermediarios tradicionales sólo prestan los servicios en pack, no dan otra opción a los estudiantes. Por lo

tanto, comprar servicios separados será una necesidad pendiente de satisfacer.

-Un 39.1% creen que el precio del intermediario tradicional es irrazonable.

-Para elegir universidad, solo un 28% de los estudiantes quieren seguir las recomendaciones de las agencias, y un 66% de los entrevistados esperan que los estudiantes en España puedan darles consejos y ayudarles a escoger universidades basando en sus propios perfiles.



-Los servicios para adaptarse en España también es una necesidad llamativa, un 67.4% de los estudiantes entrevistados esperan que les ayuden los estudiantes chinos que lleva un tiempo en España y tienen experiencias en todos aspectos mientras que sólo un 17.4% prefieren acudir a los intermediarios.

-En el tema de estudio del idioma, un 65.2% tiene ganas de venir a España a aprender español en vacaciones. Es una necesidad importante también.

Si echamos un vistazo al mercado entero de China, nos damos la cuenta de que los comercios electrónicos están atacando fuertemente a toda la

industria de minorista. Comercio Electrónico ya es una tendencia definitiva. En el caso de este mercado que enfocamos, los intermediarios tradicionales están cayéndose, el crecimiento de los costos fijos afectarán mucho a ellos: alquiler, aprovisionamientos, salarios, seguridad social y otros costes variables.

Con todo lo anterior, se observa que aunque el mercado de los servicios de estudios en España es un mercado NICHU, tiene una mayor velocidad de crecimiento. Las demandas de este mercado todavía están pendiente de satisfacer. La mayor parte de los consumidores no están contentos con las empresas tradicionales en este mercado y esperan nuevas opciones y más posibilidades.

2.2.2 Análisis de competidores

Como tenemos dos grupos de clientes, los demandantes y los ofertantes, es conveniente analizar los competidores respectivamente.

En el caso de los demandantes, tenemos dos tipos de competidores directos. Son los intermediarios educativos tradicionales y los foros de internet (enfocados en vivir y estudiar en el extranjero). Ellos tienen sus propias ventajas competitivas y desventajas.

Los intermediarios todavía ocupan una cuota significativa del mercado por su reputación. Unos entre ellos ya llevan muchos años dedicándose a este sector y tienen muchos ejemplos exitosos y muchos estudiantes confían en ellos. Tienen oficinas fijas y página web. Están presentes en multicanales. Sin embargo, su modelo de negocio lleva muchos problemas también.

➤ Actualmente, la mayoría de los intermediarios tradicionales se fijan en prestar servicios para estudios en países anglosajones, puesto que una

gran cantidad de estudiantes chinos tienen ganas de ir allí. Sin embargo, para maximizar los clientes, muchos intermediarios empiezan a contratar con 1 o 2 empleados para los negocios de los servicios de otros países. España se cuenta entre uno de ellos. Hasta ahora, no existe ninguna agencia que pongan su importancia en el mercado de España.

- Los servicios son poco personalizados, porque la empresa solo tiene pocos empleados que montan estos negocios. Muchas veces un empleado se encarga de los servicios de 5 o más estudiantes. No le queda tiempo analizar detalladamente el perfil de un estudiante y darle un consejo en su selección de universidad ni la carrera.
- El precio es muy caro. A cada estudiante le cobran por lo menos 1500 euros. El precio sólo incluye elegir universidades, corregir la carta de motivación, hacer el CV, y revisar los documentos para el visado. Prácticamente hacen muy poco.
- No son responsables. Como los empleados cobran salario fijo, no les importan tanto los clientes. Muchas veces tienen una actitud y postura muy mal.

Aún así, cada año todavía hay un 87% de los estudiantes chinos que van a España contratan con intermediario, por no tiene otra vía que elegir.

En los foros se publican las ofertas de servicios con precio bajo. Pero de ninguna forma se garantiza la capacidad de la persona que ofrece servicios ni la calidad.

Xiguotuzhi se enfoca en prestar servicios para el mercado de estudios en España y nuestros ofertantes son todos profesionales ya que les pedimos subir sus tarjetas u otra documentación para validar su capacidad. Además, los estudiantes pueden elegir el ofertante que creen que les conviene más a través de su perfil y los comentarios de otros usuarios. Pueden comprar los servicios necesarios en vez de comprar toda la cadena de servicios a los intermediarios. De esta manera, tenemos precio competitivo y aseguramos la alta calidad de los servicios.

En el caso de los ofertantes, sólo tenemos los foros de internet como nuestro competidor directo ya que los intermediarios educativos tradicionales tiene su propio grupo de trabajadores y no dan oportunidades a los individuales. Al principio como somos una empresa nueva, tenemos menos visitantes que los foros conocidos. Pero somos una plataforma que se enfoca en ofrecer los servicios para estudiar en España. Permitimos que los ofertantes tengan acceso a un “mercado” de estudiantes chinos. Seguro que con el network effect que tenemos vamos capturando mucho más clientes de calidad que los foros. En cuanto a la garantía de la transacción, en nuestra plataforma antes de empezar los servicios los demandantes deben pagar a la plataforma y después de terminar los servicios pagamos a los ofertantes. Toda la transacción es transparente y segura. Como no tienen este sistema de garantía, los foros no son capaces de asegurar los beneficios ni para los demandantes ni para los ofertantes. Por eso, estamos en una posición competitiva.

Mapa de Posicionamiento

	Público Objetivo	Producto	Precio	Distribución	Comunicación
Xiguotuzhi	Estudiantes chinos que quieren estudiar en España.	***	***	***	**
Intermediarios educativos tradicionales	Estudiantes chinos que quieren estudiar en el extranjero .	**	*	**	***
Foros de internet (enfocados en vivir y estudiar en el extranjero)	Chinos que viven o estudian en España.	*	***	*	*

2.2.3 Análisis de clientes

Como una plataforma de C2C, tenemos dos tipos de públicos objetivos - los demandantes y los ofertantes. Hace falta analizar ambos casos.

Características de los demandantes:

Nuestros demandantes se pueden dividir en tres grupos:

- Los estudiantes recién graduados de Bachillerato y quieren cursar grado en España.
- Los estudiantes universitarios en China y quieren hacer master en España.
- Los estudiantes que tienen ganas de aprender curso de español en España aprovechando las vacaciones.

En los tres casos, los estudiantes no manejan suficiente español o no tienen contacto para hacerlo.

Tenemos objetivos en toda China, sobre todo en las ciudades de segunda línea, que no son Beijing, Shanghai, Guangzhou o Shenzhen. Puesto que en estas ciudades los intermediarios tradicionales ya ocupan una porción grande de este mercado, no es lógico atacar a ellos en el principio. Las ciudades menos desarrolladas son nuestros objetivos en la fase primera, ya que los intermediarios tradicionales no prestan tanta atención a estas ciudades. Además, los estudiantes de estas ciudades necesitan servicios económicos, y eso es exactamente la característica que tiene nuestra plataforma.

Características de los ofertantes:

Nuestros ofertantes se pueden dividir en dos grupos:

- Los estudiantes chinos que ya lleva un tiempo estudiando en España. Tienen contacto o conocimientos para ayudar a los estudiantes en China.
- Los residentes españoles que conocen el tema universitario y el entorno.

2.2.3.1 Estudio de las variables internas

Los demandantes:	
Motivaciones	Quieren encontrar una persona con experiencia y capacidad de ayudarles en la solicitud de universidad, solicitud de visado, adaptación de la vida española como búsqueda de piso, etc.
Gustos	-Les gusta estudiar. -Les gusta español y la cultura española. -Les gusta navegar por internet. -Les gusta comprar por internet.
Preferencias	Los demandantes compran un servicio de acuerdo con el precio y la calidad. O sea les importa la relación coste-calidad.
Personalidad	-La mayoría es de 18 a 22 años. Son estudiantes.

- Son usuarios de internet.
- No maneja bien español.
- No tiene característica de iniciativa y autonomía.

Comportamientos de compra

- Tienen experiencia de compra por internet.
- Piden opiniones al grupo de influyentes antes de comprar.
- Van a comprar un servicio desde enero hasta septiembre de un año. Porque unas universidades de España abren su primer período de preinscripción desde enero. Los estudiantes necesitan nuestros servicios hasta que están establecidos en España, que es septiembre cuando empiezan los cursos.

Los ofertantes:

Motivaciones

- Quieren ganar dinero aprovechando sus experiencias y conocimientos.
- Quieren ayudar a sus compatriotas.

Gustos

- Les gusta la comunicación.
- Les gusta navegar por internet.
- Les gusta comprar por internet.
- Les gusta la traducción.

Preferencias	Los demandantes se registran en nuestra plataforma de acuerdo con el número de los “demandantes” y la garantía de la transacción.
Personalidad	<ul style="list-style-type: none"> -La mayoría es de 20 a 30 años. Son estudiantes o trabajadores jóvenes con ingresos medio-bajo. -Son usuarios de internet. -Maneja español a nivel alto. -Tiene tiempo de ocio. -Tiene ganas de ayudar a los demás
Comportamientos de compra	-Suelen comprar por internet. Y compran todos tipos de cosas por internet.

2.2.3.2 Estudio de las variables externas

Los demandantes:	
Cultura	<p>Las influencias culturales son todas las creencias que se desarrollan durante la vida del consumidor en su entorno social.</p> <p>En china, a los padres de la generación actual les importa mucho la educación. Y la educación de los países desarrollados tiene fama en China. Por eso, estudiar en España ha sido una opción buena para los estudiantes chinos.</p>

Clase Social	En general, hay tres tipos de clases sociales : la clase trabajadora , la clase media y la clase alta. Las personas de diferentes clases sociales por lo general tienen diferentes deseos y hábitos. Las diferencias resultan del contraste en el poder adquisitivo. También el comportamiento y los hábitos de compra son una forma de identificación y pertenencia a la clase social. Los clientes de Xiguotuzhi son de la clase social media-alta, cuya familia tiene un ingreso bueno para soportar la vida en el extranjero.
Grupos de influencia	<ul style="list-style-type: none"> -La familia. Son los que realmente tienen dinero para comprar nuestros servicios. -Amigos, compañeros de clases o profesores. -Usuarios en los foros de internet (enfocados en vivir y estudiar en España) que tienen experiencia en nuestra plataforma.

Los ofertantes:	
Cultura	Como es el grupo minoritario en el extranjero, es la costumbre ayudarse entre sí mismo. Por eso, les importa la oportunidad de conocer más gente de la comunidad.
Clase Social	Son universitarios de familia de clase media o media-alta.
Grupos de influencia	<ul style="list-style-type: none"> -Amigos, compañeros de clases o de la comunidad China. -Usuarios en los foros de internet (enfocados en vivir y estudiar en España) que tienen experiencia en nuestra plataforma.

2.2.3.3 Estapas de compra

Para los demandantes:



Para los ofertantes:



2.3 DAFO

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none">1. Somos una plataforma virtual y tenemos menos coste de gestión comparado con los intermediarios tradicionales.2. Tenemos ofertantes en toda España que prestan servicios personalizados y profesionales a los estudiantes chinos.3. Tenemos servicios muy variados y el precio no es fijo (permitimos a los ofertantes variar los precios en un rango determinado).4. El precio de servicio es económico.5. Es una empresa situada en España. Aumenta nuestra fiabilidad en el mercado.6. Nuestra plataforma tiene buena accesibilidad y buen diseño.7. Cooperamos con varias universidades chinas y	<ol style="list-style-type: none">1. Hay cada vez más estudiantes chinos toman España como su destino de estudios.2. Español es un idioma muy importante y es el país más desarrollado en el mundo hispanohablante.3. Las universidades de España facilitan la entrada de estudiantes extranjeros.4. La economía de China está creciendo y cada día hay más padres que son capaces de mandar a sus hijos a estudiar en el extranjero.5. Actualmente China necesita personas con capacidad de hablar español. Esto puede determinar un futuro prometedor a aquellos que se inicien en el estudio del español y quieran volver a China para trabajar.

<p>escuelas de idiomas de España.</p> <p>8. Somos una empresa innovadora, y obtendremos más ayudas.</p>	
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<p>1. Somos una empresa recién creada.No tenemos muchos clientes ni la reputación en el mercado al principio.</p> <p>2. Una plataforma virtual carece de fiabilidad en su principio.</p> <p>3. Es fácil de imitar (parcialmente).</p>	<p>1.Amenaza de los intermediarios tradicionales.</p> <p>2. Las imitaciones.</p> <p>3. La Posibilidad de cambio de las políticas favorables (Por ejemplo, España quiere alargar el tiempo para hacer un máster).</p>

3. Plan de marketing

3.1 Productos

Nuestro producto es la plataforma de comercio electrónico donde los ofertantes ponen anuncios de los servicios que pueden ofrecer. Por eso, los servicios que proporciona la plataforma depende mucho de los ofertantes. Pero hemos hecho una lista sobre los servicios posibles que aparecen en la plataforma clasificados por tipos.

Tipo de servicio	Código	Servicio	Precio mínimo (RMB)
A-Redacción de Papeles	150	Máster-Redacción de la Carta de Motivación	100
A-Redacción de Papeles	153	Máster-Redacción de CV	100
A-Redacción de Papeles	215	Máster-Redacción del Plan de Estudios	100
B-Servicios de Traducción	151	Máster-Traducción de la Carta de Motivación	100
B-Servicios de Traducción	154	Máster-Traducción de CV	100
B-Servicios de Traducción	156	Máster-Traducción de la Carta de Recomendación	100
B-Servicios de Traducción	211	Máster-Traducción del Certificado de Trabajo	100
C-Revisión y Corrección de Papeles	152	Máster-Revisión y Corrección de la Carta de Motivación	100
C-Revisión y Corrección de Papeles	155	Máster-Revisión y Corrección de CV	100
C-Revisión y Corrección de Papeles	212	Máster-Revisión y Corrección del Certificado de Trabajo	100

C-Revisión y Corrección de Papeles	217	Máster-Revisión y Corrección del Plan de Estudios	100
D-Servicios para Deberes	340	Ayuda en Trabajos de la Universidad	200
D-Servicios para Deberes	341	Traducción de Trabajos	100
D-Servicios para Deberes	342	Revisión y Corrección de Trabajos	100
E-Servicios para Solicitud de Grado	110	Homologación de las notas de GaoKao	200
E-Servicios para Solicitud de Grado	111	Grado-Ayudas para el Examen Adicional	200
E-Servicios para Solicitud de Grado	120	Grado-Ayudar a escoger universidad y carrera	200
E-Servicios para Solicitud de Grado	130	Grado-Realizar el proceso de solicitud	200
F-Servicios para Solicitud de Máster	140	Máster-Ayudar a escoger universidad y máster	200
F-Servicios para Solicitud de Máster	160	Máster-Realizar el proceso de solicitud	50
G-Servicios para Solicitud de Doctirado	pendiente de empezar desde el segundo año		
H-Servicios para Cursillos en España	pendiente de empezar desde el segundo año		
I-Servicios para la Residencia	214	Certificado de Alojamiento	500
I-Servicios para la Residencia	310	Ayuda en Búsqueda del Piso	200
I-Servicios para la Residencia	322	Expedición de Empadronamiento	1000
J-Servicios para NIE	311	Concertar la cita para la solicitud de NIE	200
J-Servicios para NIE	323	Ayuda en la Tramitación de NIE	100
K-Tramitación de Otros Documentos	330	Cita y Ayuda para Autorización de Regreso	200
K-Tramitación de Otros Documentos	331	Ayuda en Tramitaciones de los servicios del Consulado Chino	100
L-Otros Servicios en España	320	Servicios de Recogida o Llevada al Aeropuerto	300
L-Otros Servicios en España	321	Servicios de la Tarjeta SIM	100

3.2 Estrategia de Precio

Como lo dicho en el anterior, la plataforma no ofrece una tarifa fija sino que cada ofertante tiene su propio precio para cada servicio que ofrece. Pero para evitar un Destructive Competition entre los ofertantes y asegurar el beneficio de la plataforma, establecemos un precio mínimo para cada tipo de servicio. Los ofertantes pueden subir sus precios en función de sus capacidades y otros factores pero está prohibido poner un precio bajo el precio mínimo. Y cobramos una comisión de 25% a los ofertantes sobre los precios de sus servicios.

Por otro lado, a los demandantes les damos descuentos en diferentes ocasiones.

3.3 Estrategia de Distribución

Seguimos la estrategia de multicanales. Tenemos 4 canales para realizar las distribuciones:

- Nuestra propia página web.
- Nuestra aplicación de móvil. (pendiente)
- Responsables locales: contratamos responsables de la plataforma en cada ciudad o universidad importante de China. Pero a diferencia de otras empresas, no pagamos directamente a estos responsables, sino darles una comisión en función del volumen de compraventas realizadas en su ciudad o universidad.
- Universidades o institutos de idioma de China: Los estudiantes pueden comprar los servicios o cursos con ellos una vez que tengamos productos de B2C. (pendiente)

3.4 Estrategia de Comunicación

3.4.1 Los objetivos de comunicación

- Mostrar lo que estamos ofreciendo.
- Aumentar el conocimiento de la marca.
- Atraer más demandantes y ofertantes posibles para aumentar los beneficios de la plataforma.
- Llegar a los objetivos anteriores con menos coste.

3.4.2 Análisis de los medios

- Buzz-marketing (boca-oreja)

Como somos una empresa nueva con capital limitada, en vez de promocionar nuestros productos a través de vallas publicitarias, carteles, o medios visuales, simplemente proporcionamos una nueva experiencia de intermediación educativa y servicios de alta calidad con precio competitivo y deja que nuestros clientes hablan de nosotros y corren la voz. De allí viene nuestra otra manera de comunicación que llamamos multi-level marketing. O sea, si un demandante puede traer un cliente más a la plataforma, le concedemos una comisión de 5% del precio total de los servicios consumidos por ese cliente nuevo. Es decir, nuestro clientes también serán nuestros vendedores. Para ahorrar dinero, los estudiantes intentarán a convencer a sus compañeros a contratar con nosotros. Y eso pasará lo mismo a este último estudiante convencido. Es

una estructura de pirámide, y teóricamente nos traerá más clientes, más reputaciones y más ingresos.

➤ Social Media Marketing

Con la capital limitada, no podemos realiza campañas publicitarias en medios masivos como televisión, prensa, carteles, etc. Sin embargo vamos a invertir muchos recursos en marketing en Internet. Tenemos presencia en todas las redes sociales famosas de China, desde wechat o weibo hasta Renren y LinkedIn. Las redes sociales son muy importantes para nosotros pero para añadir valor, no para vender. Xiguotuzhi no las usa para vender servicios sino para comunicar. Publicamos frecuentemente las noticias o informaciones sobre España, las ciudades, las universidades, o la vida de los ofertantes para aumentar la intención de ir a estudiar a España y usar nuestros servicios de nuestros seguidores. También lanzamos juegos de promoción como "repose y ganar descuento" en las redes sociales. Además, Xiguotuzhi también usa las redes sociales para la interacción con sus clientes potenciales. Las páginas de los redes sociales de Xiguotuzhi sirven para que nuestros clientes compartan su experiencia, dirijan quejas y aporten sugerencias. De esta manera, Xiguotuzhi está bien informado de la situación de la plataforma y puede mejorar su negocio.

➤ Search Engine Marketing

Compramos palabras claves en Baidu.

"Baidu es un motor de búsqueda en idioma chino con sede en Pekín fundado a finales de 1999. Su diseño es similar al de Google e incluye la posibilidad de búsqueda de noticias, imágenes y canciones, entre otras funciones. Es el motor de búsqueda más usado en China ya que Google

está bloqueado.”

➤ Patrocinio

Patrocinamos algunas actividades que celebran las asociaciones estudiantiles de la Facultad de Filología Española de diferentes universidades para que sus estudiantes se informen de nuestra plataforma.

4. Plan de Organización y Recursos Humanos

4.1 Estructura Organizativa

Xiguotuzhi es una empresa digital, y todos los negocios se realizarán online, en los primeros años nos dedicamos en el mercado de los servicios educativos solamente en España y China, así no tenemos una estructura de organización complicada, eso es una fortaleza para la empresa, una estructura simplificada nos facilitará la administración y gestión de recursos humanos y nos lleva a alcanzar a una eficiencia alta.

Para el primer año

Particularmente, en el primer año, no tenemos plan de contratar con empleados nuevos sino efectuamos los trabajos los 3 socios, puesto en el primer año no tendremos tantos clientes, todos clientes serán de fuentes personales de socios, o de entidades cooperativas. En el primer año estaremos en una época de la promoción primaria de la empresa, además, aprovechar de este año, vamos a modificar y completar nuestros servicios para que sean óptimos para el mercado.

Somos 3 socios:

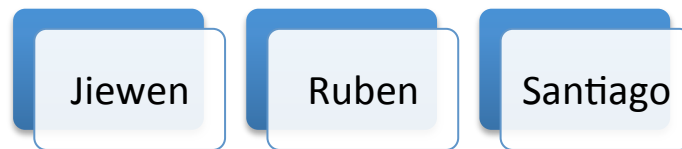
Rubén Vilar López: Catalán, Lleva más de 10 años dedicando en el ámbito informático, tienen experiencias abundantes en este sector. Aparte de eso, también tiene mucho conocimiento a Barcelona y posee recursos necesarios de la función de esta plataforma en España. Se encarga todos los trabajos cerca de técnica y negocios de España

Santiago Wang: Chino, vive más de 20 años en Beijing, estudia 3 años en España conoce perfectamente el proceso de solicitar plaza de

master y cómo vivir en este país. También tiene recursos y competencias en China para efectuar el negocio de la empresa. Se encarga de las administraciones y gestiones diarios de la empresa de norte de China y hacer todas las tramitaciones necesarias para la creación de la empresa en China.

Jiewen Tan: China, vive más de 20 años en la provincia Cantón de China, tiene un nivel avanzado de español, experiencias de estudiar en Barcelona y conocimientos de administración y gestión de la empresa. Su responsable es montar los negocios del sur de China y las relaciones públicas de la empresa.

Organigrama del Primer año:

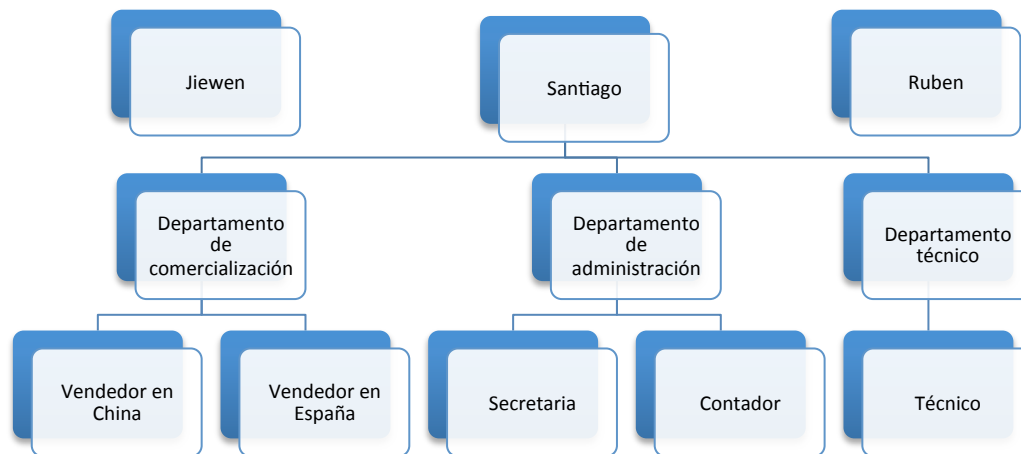


No existe jerarquías entre los socios.

Para los años de X2-X5

A partir del año X2, la empresa entrará en plena función, los 3 socios no serán suficientes frente al crecimiento de los negocios de la plataforma, así contrataremos con más empleados para obtener eficiencias y eficacias de la empresa.

He aquí está la nueva organigrama



Los nuevos puestos son: Vendedor en China y en España, secretaria, contador y técnico. Entre ellos, la secretaria y técnico serán nuevos puestos ofrecidos en el año X3.

Mando Director: Líderes de toda la empresa, consiste en 3 socios: Jiewen, Santiago y Rubén, aunque Jiewen se encarga principalmente el departamento de comercialización, Santiago Departamento de administración y Rubén dirige el departamento de técnico, las decisiones de la empresa debería ser tomado entre los 3, siempre que estén 2 de acuerdo, el plan aprobará, otros detalles se pueden encontrar en la parte 6.1.

Las responsabilidades básicas de los puestos añadidos son:

Departamento de administración:

Secretaria: Tiene responsabilidades amplias, asiste los trabajos ordinarios de la empresa, realizar comunicaciones entre la empresa y el gobierno y otros institutos públicos, coordina los trabajos entre el director general y otros departamentos, transfiere noticias entre diversos

departamentos.

Contador: Se encarga principalmente la finanza interior de la empresa, confecciona los balances, controla caja y banco de la empresa, analiza la situación financiera de la empresa, también debe presentar consejos financieros oportunamente al director general basando en la situación de la empresa.

Departamento de comercialización:

Vendedor en China: Se encarga principalmente el Marketing en China, SSM, SOE y etc., También la debe comunicar con las universidades y escuelas secundarias con el fin de que promociona nuestra plataforma y atrae más clientes(demandantes).

Vendedor en España: Hace Marketing en España, gana prestigios entre los estudiantes chinos, busca más demandantes, comunica con las universidades y escuelas de idioma para encontrar cooperación posible en adelante.

Departamento Técnico:

Técnicos: Su responsabilidad básica es hacer el mantenimiento de la plataforma, resuelve los problemas técnicos que surge, añade nuevas funciones en la plataforma.

4.2. Política de Selección y retribución

Reclutamos por canal externo, publicamos los puestos vacantes con sus competencias requeridas en Jobtalent, LinkedIn, Jobinfo y

Zhilianzhaopin. Son 4 plataformas de trabajos más eficientes que nos permite reclutar a más posibles candidatos dentro de poco tiempo. Sin duda alguna, vamos a eliminar una parte de candidatos según sus CV por carece de competencias necesarias. Luego convocaremos a los restantes a hacer entrevistas, pruebas, simulaciones(en caso necesario) en función de sus puestos. Por ejemplo, para el técnico vamos a poner una prueba, y para los vendedores les daré una simulación, porque para los vendedores las competencias de comunicación y negociación son indispensables.

Para mantener al personal con un buen nivel de formación vamos a escoger distintas técnicas según sus puestos. Para el técnico y el contador, optaremos Instrucción directa y prácticas puesto que son 2 puestos que necesitan ser expertos. EL Rol Playing será técnica más convenientes para la secretaria y los vendedores, que puede formar actitudes y habilidades interpersonales. También vamos a controlar las formaciones con varios indicadores.

La gestión de carrera de los empleados podrá atraer, retener y motivar a ellos. La gestión de carrera puede aumentar la satisfacción del empleado con su puesto de trabajo y mejora la calidad de vida en el trabajo, ayudar al empleado a descubrir nuevos intereses, aumentar la efectividad del rendimiento del empleado en el puesto de trabajo, evita que queden obsoletos los conocimientos, habilidades y actitudes del empleado y mantener el entusiasmo del empleado evitando que se quemé.

Ponemos a todos los empleados en un sistema justo y transparente de promoción, los mejores pueden ascenderse hasta el puesto que le merezca. También según la teoría Peter, controlaremos el ritmo de su promoción aunque sea muy capaz el empleado.

Las retribuciones variarán en función de los puestos, los salarios de cada puesto se muestra siguiente:

	Vendedor Ch.	Vendedor Es.	Secretaria	Contador	Técnico
Salarios	456€+Rem.	550€+Rem.	729€	760€	760€

Los remuneración adicional depende del volumen de venta de los servicios de tipo B2C de la plataforma, va a dar a los 2 vendedores un 5% de la venta de servicios B2C.

Los salarios de los 3 socios varían según años:

	X0	X1	X2	X3	X4
Salario de socios (Euro/mes)	428.57	514.29	514.29	617.14	1028.57

Considerando la situación de la empresa en primeros años, el salario de socio mantendrá en un nivel relativamente bajo, este salario permite a los 3 salarios mantenerse. Pero conforme al crecimiento de la empresa y sus negocios, este salario también subirá rápidamente.

5. Plan de económico y financiero

5.1 Previsión de ventas

Xiguotuzhi tiene 2 tipos de negocios, uno es de tipo C2C, y otro es de B2C. Los ingresos de los negocios C2C forman parte principal del ingreso de la plataforma entera. Los servicios de B2C tienen mayor beneficio pero de menos venta, puesto que este tipo de servicio toma los estudiantes menos sensibles al precio como clientes principales.

En el primer año no se realizará muchos negocios tanto C2C como B2C, dado que la plataforma todavía estará en la época de promoción primaria, cumpliendo las tramitaciones del registro y optimizando los servicios. A partir del año segundo, la plataforma tendrá cada vez más clientes. También en la tabla de las ventas consideramos los factores del crecimiento del mercado a que dedicamos. Según los datos publicados en los últimos años, el porcentaje de este crecimiento es 24%.

Los precios de cada tipo de servicio no son fijos, se varían en función de los ofertantes y los servicios que necesiten los demandantes. Aunque no controlamos totalmente el precio de cada servicio, establecemos un precio mínimo de cada tipo de servicios, los precios están detallados en Parte 3.2. En el cálculo de la previsión de ventas, por el criterio de prudencia, tomamos un precio estimado y cerca del precio mínimo de cada tipo de servicios para lograr una certeza lo más posible. Usando este precio multiplicamos la cantidad estimada de venta de cada tipo de servicios, sacamos la previsión de ventas.

A continuación es la tabla de ventas estimadas en 4 años siguientes:

Servicios C2C

	P.en Yuan	P. en Euro	X0	X1	X2	X3	X4
<i>Servicio C2C</i>							
A. Redacción de papeles	¥200.0	€ 28.57	€ 2,285.71	€ 4,285.71	€ 11,428.57	€ 24,285.71	€ 37,142.86
B. Servicios de Traducción	¥200.0	€ 28.57	€ 2,000.00	€ 5,714.29	€ 14,285.71	€ 30,000.00	€ 51,428.57
C. Revisión y Corrección de papeles	¥200.0	€ 28.57	€ 1,714.29	€ 8,571.43	€ 18,571.43	€ 37,142.86	€ 62,857.14
D. Servicios para trabajos	¥600.0	€ 85.71	€ 1,285.71	€ 5,142.86	€ 17,142.86	€ 30,857.14	€ 42,857.14
E. Servicios para solicitud de grado	¥600.0	€ 85.71	€ 1,714.29	€ 4,285.71	€ 8,571.43	€ 34,285.71	€ 77,142.86
F. Servicios para solicitud de master	¥800.0	€ 114.29	€ 2,285.71	€ 5,714.29	€ 22,857.14	€ 57,142.86	€ 102,857.14
G. Servicios para solicitud de doctorado	¥2,000.0	€ 285.71	€ -	€ 571.43	€ 2,857.14	€ 5,714.29	€ 8,571.43
H. Servicios para cursillos en España	¥500.0	€ 71.43	€ 1,071.43	€ 3,571.43	€ 12,857.14	€ 32,142.86	€ 50,000.00
I. Servicios sobre la residencia	¥600.0	€ 85.71	€ 1,714.29	€ 4,714.29	€ 12,857.14	€ 34,285.71	€ 51,428.57
J. Servicios para sacar el NIE	¥400.0	€ 57.14	€ 1,142.86	€ 4,571.43	€ 10,857.14	€ 20,000.00	€ 31,428.57
K. Servicios para tramitaciones de otros documentos	¥400.0	€ 57.14	€ 571.43	€ 3,428.57	€ 8,571.43	€ 22,857.14	€ 34,285.71
L. Otros servicios en España	¥300.0	€ 42.86	€ 857.14	€ 4,285.71	€ 12,428.57	€ 27,857.14	€ 42,857.14
Ventas C2C total			€ 16,642.86	€ 54,857.14	€ 153,285.71	€ 356,571.43	€ 592,857.14
<i>Comisión cobrada</i>			€ 4,160.71	€ 13,714.29	€ 38,321.43	€ 89,142.86	€ 148,214.29

En la plataforma todos los precios se muestran en yuanes, para facilitar de entender, también ponemos los precios en euros, tomamos 7.0 como el cambio entre yuan y euro.

Los servicios están divididos en 12 bloques, cada bloque conste de varios servicios, conforme al tiempo, se crece el mercado, nuevos servicios serán añadidos en ellos, hay cada día más estudiantes elegirán servicios de esta plataforma, así la venta de los servicios de C2C van subiendo cada año

Servicios B2C

<i>Servicio B2C</i>							
Pre-revisión de los documentos para el Visado (primera vez)	¥699.0	€ 99.86	€ 699.00	€ 1,497.86	€ 1,997.14	€ 3,994.29	€ 7,489.29
La Cita de la Entrevista del Visado	¥499.0	€ 71.29	€ 570.29	€ 712.86	€ 1,425.71	€ 2,138.57	€ 2,851.43
Pre-revisión de los Documentos para el Visado (Antes de la Entrevista)	¥1,099.0	€ 157.00	€ 1,099.00	€ 2,355.00	€ 3,140.00	€ 5,495.00	€ 7,065.00
Presentación de Carta de Apelación	¥2,499.0	€ 357.00	€ -	€ 714.00	€ 1,785.00	€ 2,856.00	€ 4,284.00
Traducción Jurada de las Actas Notariales y envío por correo	¥399.0	€ 57.00	€ 342.00	€ 1,140.00	€ 2,850.00	€ 8,550.00	€ 16,530.00
Servicio de Tarjeta SIM	¥199.0	€ 28.43	€ 426.43	€ 710.71	€ 1,421.43	€ 2,842.86	€ 6,254.29
Pack VIP	¥14,999.0	€ 2,142.71	€ -	€ 10,713.57	€ 21,427.14	€ 64,281.43	€ 107,135.71
Ventas B2C taotal			€ 3,136.71	€ 17,844.00	€ 34,046.43	€ 90,158.14	€ 151,609.71

Los servicios B2C son los servicios que ofrece la plataforma directamente a los clientes. En el año X0 y X1, los clientes de servicios B2C provendrán principalmente de los fuentes propios de los socios, pero a través del crecimiento del mercado y desarrollo de la empresa, la venta de los servicios B2C va creciendo.

Previsión de ventas totales

<<

	X0	X1	X2	X3	X4
Ventas totales	€ 7,297.43	€ 31,558.29	€ 72,367.86	€ 179,301.00	€ 299,824.00

5.2 Gastos de Explotación

Los gastos de Explotación la empresa son compuesto de los gastos de Marketing, renta de la oficina, suministro, mantenimiento de la plataforma, administración y diversos gastos.

Tabla de Gastos de Explotación de la plataforma(X0-X4) en euros

	X0	X1	X2	X3	X4
Renta de servidor	€ 285.71	€ 514.29	€ 514.29	€ 771.43	€ 925.71
Renta de oficina	€ 3,428.57	€ 3,428.57	€ 5,142.86	€ 7,714.29	€ 9,257.14
Mantenimiento de la plataforma	€ 171.43	€ 342.86	€ 445.71	€ 1,337.14	€ 1,604.57
Suministros	€ 685.71	€ 857.14	€ 1,371.43	€ 1,645.71	€ 1,974.86
Administración	€ 685.71	€ 822.86	€ 987.43	€ 1,974.86	€ 2,962.29
Diversos gastos	€ 514.29	€ 617.14	€ 740.57	€ 1,481.14	€ 2,221.71
Marketing					
Eventos y talleres	€ 714.29	€ 1,071.43	€ 1,607.14	€ 3,214.29	€ 6,428.57
Campañas	€ 571.43	€ 857.14	€ 1,285.71	€ 2,571.43	€ 5,142.86
Baidu Words	€ 1,714.29	€ 2,571.43	€ 3,857.14	€ 7,714.29	€ 15,428.57
Promoción en Wechat y RenRen	€ 714.29	€ 1,071.43	€ 1,607.14	€ 3,214.29	€ 6,428.57
Gastos de explotación total	€ 9,485.71	€ 12,154.29	€ 17,559.43	€ 31,638.86	€ 52,374.86

Siendo una empresa digital, la calidad del servidor tiene suma importancia, es necesario mantener la alta velocidad de conexión y capacidad que permite a una cantidad considerable de clientes en línea al mismo tiempo. A partir del año X3, conforme al aumento de la cantidad de clientes, cambiaremos el servidor con funciones mejoras.

Siendo empresa digital, el alquiler de la oficina no será un gasto principal de la empresa. Nuestra oficina de Beijing se ubicará en un lugar relativamente lejos del centro pero con buen tráfico. La oficina cabrá suficientemente a nuestra plantilla. Desde el año X3, cambiamos la oficina por otra más grande puesto que tendremos más empleados contratados.

El mantenimiento de la plataforma incluye los mantenimientos periódicos, a medida que se crece la cantidad de los clientes, este mantenimiento se realizará con frecuencia alta.

La empresa dirige su mayor dinero en Marketing, para promocionar la plataforma, la empresa va a cooperar con las asociaciones estudiantiles de varias universidades. Nos participamos activamente en los eventos y exposición educativa para promocionar la plataforma. Puesto de nuestros clientes principalmente son chinos y están en China, Baidu será el motor de búsqueda más utilizados para nuestros clientes, por lo tanto invertiremos en Baidu Words.

SSM también es indispensable para nosotros, Wechat y RenRen son 2 plataformas más ideales para la promoción de la plataforma. Ambos plataformas tienen alta cubrimiento sobre los jóvenes.

5.3 Gastos de Personal

Los gastos de personal de la empresa se dividen en varios bloques: Salarios y Sueldos, Seguridad social a cargo de la empresa, Comisión pagada y remuneración pagada a los vendedores.

Tabla de Gastos de Personal de la Xiguotuzhi (X0-X4) en euros

	X0	X1	X2	X3	X4
Salarios y sueldos	€ 12,857.14	€ 15,428.57	€ 36,620.57	€ 57,574.29	€ 69,917.14
S.S. A cargo de la empresa	€ 2,571.43	€ 3,085.71	€ 7,324.11	€ 11,514.86	€ 13,983.43
Comisión pagada	€ 208.04	€ 685.71	€ 1,916.07	€ 4,457.14	€ 7,410.71
Remuneración adicional pagada			€ 1,702.32	€ 4,507.91	€ 7,580.49
Total	€ 15,636.61	€ 19,200.00	€ 45,860.76	€ 73,546.29	€ 91,311.29

Los salarios y sueldos de la plantilla de Xiguotuzhi forma mayor parte de los gastos de personal, a partir de X2 se ascenderá notoriamente puesto que la empresa empezará a contratar con más empleados.

Se calcula un 20% del salario nominal como seguridad social a cargo de la empresa.

La comisión pagada se refiere al importe de un 5% de los servicios realizados en la plataforma que paga la empresa a las personas que traigan clientes. Es decir, entre la comisión de un 25% cobrada la empresa, se da un 20% a nuestros "Agentes".

La remuneración adicional pagada se refiere el importe que pagará la empresa a los vendedores, se calcula basando en la venta de los servicios B2C.

5.4 Cuenta de Resultado Provisional

A continuación está la cuenta de resultado provisional de Xiguotuzhi.

	X0	X1	X2	X3	X4
<i>Ventas netas:</i>					
B2C	€ 3,136.71	€ 17,844.00	€ 34,046.43	€ 90,158.14	€ 151,609.71
C2C(Comisión)	€ 4,160.71	€ 13,714.29	€ 38,321.43	€ 89,142.86	€ 148,214.29
<i>(-) Coste de Venta(Coste Variable)</i>	€ 208.04	€ 685.71	€ 1,916.07	€ 4,457.14	€ 7,410.71
Margen Bruto sobre Venta	€ 7,089.39	€ 30,872.57	€ 70,451.79	€ 174,843.86	€ 292,413.29
<i>(-) Coste Fijo</i>					
Renta del servidor	€ 285.71	€ 514.29	€ 514.29	€ 771.43	€ 925.71
renta de la oficina	€ 3,428.57	€ 3,428.57	€ 5,142.86	€ 7,714.29	€ 9,257.14
Marketing(Publicidad y Propaganda)	€ 3,714.29	€ 5,571.43	€ 8,357.14	€ 16,714.29	€ 33,428.57
Personal(Sueldo y Salario)	€ 12,857.14	€ 15,428.57	€ 36,620.57	€ 57,574.29	€ 69,917.14
Remuneración adicional	€ -	€ -	€ 1,702.32	€ 4,507.91	€ 7,580.49
S.S.acargo de la empresa	€ 2,571.43	€ 3,085.71	€ 7,324.11	€ 11,514.86	€ 13,983.43
Administración	€ 685.71	€ 822.86	€ 987.43	€ 1,974.86	€ 2,962.29
Suministros	€ 685.71	€ 857.14	€ 1,371.43	€ 1,645.71	€ 1,974.86
Diversos gastos	€ 514.29	€ 617.14	€ 740.57	€ 1,481.14	€ 2,221.71
Resultado Operativo(EBITDA)	€ (17,653.46)	€ 546.86	€ 7,691.06	€ 70,945.09	€ 150,161.94
<i>(-) Amortización</i>					
Amortización de m. Material	€ 200.00	€ 200.00	€ 200.00	€ 200.00	€ 200.00
Amortización de Inm. Intangible	€ 600.00	€ 600.00	€ 600.00	€ 1,500.00	€ 3,000.00
Resultado de Explotación(EBIT)	€ (18,453.46)	€ (253.14)	€ 6,891.06	€ 69,245.09	€ 146,961.94

<i>(+) Ingresos Financieros</i>					
<i>(-) Gastos Financieros</i>	€ 320.00	€ 320.00	€ 320.00	€ 896.12	€ 397.00
<i>Resultado antes de Impuesto</i>	€ (18,773.46)	€ (573.14)	€ 6,571.06	€ 68,348.98	€ 146,564.94
<i>(-) Impuesto sobre beneficios</i>	€ -	€ -	€ -	€ 11,114.69	€ 29,312.99
<i>Beneficio neto</i>	€ (18,773.46)	€ (573.14)	€ 6,571.06	€ 57,234.29	€ 117,251.95

Todas las cifras se pueden encontrar en las partes anteriores, la amortización de inmovilizados materiales se refieren a los equipos informáticos que compraremos para la empresa, y la amortización de inmovilizados intangibles indica a la plataforma de Xiguotuzhi, su página web, según las legislaciones relativas a amortización de China, nos permiten amortizar la página en 3 años y nuestra plataforma de versión 2.0 en 5 años, los equipos informáticos también podrán amortizarse en 5 años. La oficina que alquilemos está amueblada, así no tendremos que comprar inmovilizados materiales como mesas, sillas, que amortizan. La inversión en la construcción de la plataforma será 1800 euros y 1000 euros en la compra de los equipos informáticos.

En los primeros 2 años estimamos que la empresa va a sufrir una pérdida, puesto que es una empresa nueva, no tendremos tiempo ni capacidades suficientes a convencer a muchos clientes a conocer nuestra plataforma. La CACO puede ser elevado en los años X0 y X1, pero conforme al crecimiento del prestigio de la empresa, la CACO se disminuye poco a poco.

El impuesto sobre beneficio de China es 20%, en los primeros 2 años, la empresa sufrirá una pérdida, según las legislaciones vigentes de China, tenemos derecho de recuperar esta pérdida durante siguientes 3 años sin abonar impuesto. Por lo tanto, empezaremos a abonar impuestos sobre beneficios desde el año X4, ya que el beneficio obtenido superará las pérdidas acumuladas en los años anteriores.

5.5 Financiación y Inversión

5.5.1 Financiación

El capital inicial de la empresa son totalmente de fuente de los 3 socios, la empresa tiene capital registrado (Capital Social) de 20 mil euros, cada socio abona 6,66 mil euros. Presentaremos el capital de una vez en el momento del registro de la empresa.

Ya hemos obtenido un préstamo de un inversor individual de 4,000 euros, con un interés anual de 8%, está exento de otros gastos y nos permite devolverle hasta que no lo necesitemos.

En el año X3 (1-1-X3), con el fin de mejorar nuestros servicios y lanzar nueva plataforma (v2.0) planificamos pedir un préstamo de 10,000 euros (70,000 yuanes) al Banco ICBC. Mientras tanto, devolveremos totalmente el préstamos de 4,000 euros al inicio del año X3 considerando que la oferta de ICBC será mejor que lo que tenemos ahora.

A continuación se muestra la tabla de este préstamo y su tabla de amortización.

Formula Cuota Mensual:	190,55
Importe de la financiación	10.000
Plazo de amortización en años	5
Frecuencia de Pago	Mensual
TAE:	5,53%

Tipo nominal (i12)	0,450%
Comisión de apertura	2%
Cuota Bruta periódica	190,55

Tabla de amortización del año X3 y X4

r	Cuota	Cuota interés	Capital Amortizado	Total amortizado	Deuda pendiente
0	€ 200.00	€ 200.00	0,00	0,00	€ 10,000.00
1	€ 190.55	€ 45.00	€ 145.55	€ 145.55	€ 9,854.45
2	€ 190.55	€ 44.35	€ 146.20	€ 291.75	€ 9,708.25
3	€ 190.55	€ 43.69	€ 146.86	€ 438.62	€ 9,561.38
4	€ 190.55	€ 43.03	€ 147.52	€ 586.14	€ 9,413.86
5	€ 190.55	€ 42.36	€ 148.19	€ 734.33	€ 9,265.67
6	€ 190.55	€ 41.70	€ 148.85	€ 883.18	€ 9,116.82
7	€ 190.55	€ 41.03	€ 149.52	€ 1,032.71	€ 8,967.29
8	€ 190.55	€ 40.35	€ 150.20	€ 1,182.91	€ 8,817.09
9	€ 190.55	€ 39.68	€ 150.87	€ 1,333.78	€ 8,666.22
10	€ 190.55	€ 39.00	€ 151.55	€ 1,485.33	€ 8,514.67
11	€ 190.55	€ 38.32	€ 152.23	€ 1,637.56	€ 8,362.44
12	€ 190.55	€ 37.63	€ 152.92	€ 1,790.48	€ 8,209.52
Total X3	€ 2,486.60	€ 696.12	€ 1,790.48		
13	€ 190.55	€ 36.94	€ 153.61	€ 1,944.09	€ 8,055.91
14	€ 190.55	€ 36.25	€ 154.30	€ 2,098.39	€ 7,901.61

15	€ 190.55	€ 35.56	€ 154.99	€ 2,253.38	€ 7,746.62
16	€ 190.55	€ 34.86	€ 155.69	€ 2,409.07	€ 7,590.93
17	€ 190.55	€ 34.16	€ 156.39	€ 2,565.46	€ 7,434.54
18	€ 190.55	€ 33.46	€ 157.09	€ 2,722.56	€ 7,277.44
19	€ 190.55	€ 32.75	€ 157.80	€ 2,880.36	€ 7,119.64
20	€ 190.55	€ 32.04	€ 158.51	€ 3,038.87	€ 6,961.13
21	€ 190.55	€ 31.33	€ 159.22	€ 3,198.10	€ 6,801.90
22	€ 190.55	€ 30.61	€ 159.94	€ 3,358.04	€ 6,641.96
23	€ 190.55	€ 29.89	€ 160.66	€ 3,518.70	€ 6,481.30
24	€ 190.55	€ 29.17	€ 161.38	€ 3,680.08	€ 6,319.92
Total X4	€ 2,286.60	€ 397.00	€ 1,889.60		

5.5.2 Inversión

Xiguotuzhi dirigirá su mayor parte del capital inicial a la gestión de la plataforma, y 1,800 euros en el desarrollo de la plataforma de versión 1.0, 1000 euros en compras de equipos informáticos. Para ahorrar lo mayor posible los gastos en el desarrollo, aplicamos las plantillas de wordpress con poca programación propia. A partir del año X3, la empresa invertirá 15,000 euros para el desarrollo y programación de la plataforma 2.0, con funciones nuevas y optimizadas, esta vez no utilizaremos ninguna plantilla, el diseño de la plataforma encajará totalmente a las características que lleva Xiguotuzhi. El desarrollo de esta plataforma durará 6 meses, a partir de 1-7-X3 lanzaremos la nueva plataforma.

5.6. Provisión de Tesorería

Con los datos anteriores, mostramos la tabla de la tesorería de la empresa durante X0-X4 a continuación:

	X0	X1	X2	X3	X4
Cobros					
B2C	€ 3,136.71	€ 17,844.00	€ 34,046.43	€ 90,158.14	€ 151,609.71
C2C(Comisión)	€ 4,160.71	€ 13,714.29	€ 38,321.43	€ 89,142.86	€ 148,214.29
Total	€ 7,297.43	€ 31,558.29	€ 72,367.86	€ 179,301.00	€ 299,824.00
<i>Pagos</i>					
Inversión	€ 2,800.00			€ 15,000.00	
Renta del servidor	€ 285.71	€ 514.29	€ 514.29	€ 771.43	€ 925.71
renta de la oficina	€ 3,428.57	€ 3,428.57	€ 5,142.86	€ 7,714.29	€ 9,257.14
Marketing	€ 3,714.29	€ 5,571.43	€ 8,357.14	€ 16,714.29	€ 33,428.57
Personal	€ 12,857.14	€ 15,428.57	€ 36,620.57	€ 57,574.29	€ 69,917.14
S.S.a cargo de la empresa	€ 1,928.57	€ 2,957.14	€ 6,264.51	€ 10,467.17	€ 13,366.29
Administración	€ 685.71	€ 822.86	€ 987.43	€ 1,974.86	€ 2,962.29
Suministro	€ 628.57	€ 842.86	€ 1,328.57	€ 1,622.86	€ 1,947.43
Diversos gastos	€ 514.29	€ 617.14	€ 740.57	€ 1,481.14	€ 2,221.71
Coste de venta	€ 208.04	€ 685.71	€ 1,916.07	€ 4,457.14	€ 7,410.71
Remuneración adicional	€ -	€ -	€ 1,702.32	€ 4,507.91	€ 7,580.49
Gastos financieros	€ 320.00	€ 320.00	€ 320.00	€ 896.12	€ 397.00
Devolución de préstamo				€ 5,790.48	€ 1,889.60
Impuesto	€ -	€ -	€ -	€ 10,188.46	€ 27,796.46

Total	€ 27,370.89	€ 31,188.57	€ 63,894.34	€ 139,160.43	€ 179,100.55
Financiación	€ 24,000.00			€ 10,000.00	
<i>Tesorería Ini.</i>	€ 24,000.00	€ 3,926.54	€ 4,296.25	€ 22,769.77	€ 62,910.34
<i>Tesorería Fin.</i>	€ 3,926.54	€ 4,296.25	€ 12,769.77	€ 62,910.34	€ 183,633.80

Todas los cobros se realizan al mismo tiempo, no permitimos a los clientes pagar a largo plazo ni a corto plazo. La plataforma no tiene existencias ni proveedor puesto que sólo ofrecemos la plataforma.

La seguridad social a cargo de la empresa se paga a 3 meses, el pago se realizará en enero, abril, julio y octubre de cada año. El suministro abarca la luz, agua, gas y internet, los pagos se realizan en el mes siguiente.

El impuesto sobre el beneficio se paga al mes siguiente también.

5.7 Balance Situación

Aquí se muestra el balance situación de la empresa en los primeros 4 años.

Balance Provisional de Xiguotuzhi

	X0	X1	X2	X3	X4
Activos Corrientes					
Tesorería	€ 3,926.54	€ 4,296.25	€ 12,769.77	€ 62,910.34	€ 183,633.80
Activos fijos					

Inmobiliario	€ 800.00	€ 600.00	€ 400.00	€ 200.00	€ -
Inmobiliario intangible	€ 1,200.00	€ 600.00	€ -	€ 13,500.00	€ 10,500.00
Total	€ 5,926.54	€ 5,496.25	€ 13,169.77	€ 76,610.34	€ 194,133.80
Patrimonio neto					
Capital Social	€ 20,000.00	€ 20,000.00	€ 20,000.00	€ 20,000.00	€ 20,000.00
Beneficio de ejercicio	€ (18,773.46)	€ (573.14)	€ 6,571.06	€ 57,234.29	€ 117,251.95
Pérdidas sin compensar	€ -	€ (18,773.46)	€ (19,346.61)	€ (12,775.54)	€ -
Reserva					€ 22,229.37
Dividendos pendientes de repartir					€ 22,229.37
PN en total	€ 1,226.54	€ 653.39	€ 7,224.46	€ 64,458.75	€ 181,710.70
Pasivo Corriente					
Hacienda Publica Acreedor				€ 926.22	€ 2,442.75
S.S. a cargo de la empresa pendiente	€ 642.86	€ 771.43	€ 1,831.03	€ 2,878.71	€ 3,495.86
Acreedores	€ 57.14	€ 71.43	€ 114.29	€ 137.14	€ 164.57
Pasivo Corriente en total	€ 700.00	€ 842.86	€ 1,945.31	€ 3,942.08	€ 6,103.18
Pasivos no corrientes					
Acreedor L.P.	€ 4,000.00	€ 4,000.00	€ 4,000.00	€ 8,209.52	€ 6,319.92
Pasivo en total	€ 4,700.00	€ 4,842.86	€ 5,945.31	€ 12,151.60	€ 12,423.10
Total	€ 5,926.54	€ 5,496.25	€ 13,169.77	€ 76,610.34	€ 194,133.80

En los primeros dos años, por el gran gasto y menos ventas, nuestra empresa estará en deuda, a medida que el desarrollo de la empresa, la situación económica se va mejorando. Debido al lanzamiento de la plataforma de versión 2.0, a partir el año X3, la empresa compensará todas

las pérdidas anteriores, y entre los beneficios que logramos aquel año, guardaremos la mitad como reserva y otra mitad para repartir entre los 3 socios como dividendos. En X4, la empresa habrá entrado en la época de plena exitosa.

5.8 Análisis de los ratios

	X0	X1	X2	X3	X4
L=deuda total/PN	3.83	7.41	0.82	0.19	0.07
Re	-3.11	-0.05	0.52	0.90	0.76
Patrimonio neto	20.70%	11.89%	54.86%	84.14%	93.60%
Pasivo	79.30%	88.11%	45.14%	15.86%	6.40%
Ratio de Solvencia	1.26	1.13	2.22	6.30	15.63
Acid Test	5.61	5.10	6.56	15.96	30.09
Ratio de disponibilidad	5.61	5.10	6.56	15.96	30.09
Ratio de endeudamiento	383.19%	741.19%	82.29%	18.85%	6.84%
Coste de Capital:	8%				
VAN	€67,583.18				
TIR	50%				

En los primeros 2 años, la empresa estará en deuda por las pérdidas en ejercicios, mantendrá 2 años de alto pasivo y rentabilidad negativa. Gracias a préstamo que tenemos de parte del inversor, tendremos ratio de solvencia cerca de 1.5, seremos capaces de recuperar los pasivos corrientes con nuestra tesorería.

A partir del año X2, la situación económica de la empresa se mejorará, el porcentaje de endeudamiento va bajando, el ratio de solvencia empezará a superar a 1.5 y el ratio de disponibilidad seguirá ascendiendo.

En los años X3 y X4, debido al crecimiento de la tesorería y la inversión en nuevo activo, la estabilidad de la empresa mejorará y el ratio de endeudamiento bajará con un paso más, se puede encontrar el alto Acid Test y ratio de solvencia indicará que los activos corrientes de la empresa están saturados y en bajo ratio de utilización, por lo tanto, a partir del año X5, la empresa explotará los mercados en los países de latino americanos, y invertirá mucho en aquel proyecto.

Descontamos la inversión en el año X3 para calcular el VAN de este negocio, tenemos resultado de que durante los primeros 5 años el VAN es 67,583.18 euros, el TIR es 50%.

6. Plan Jurídico

6.1 Forma jurídica y Constitución de la empresa

Beijing Xiguotuzhi International Education es una empresa registrada en China, estará compuesta por socios iniciales de este proyecto: Ruben Vilar Lopez, Jiewen Tan y Santiago Wang. El capital de registro se asciende a 20,000 euros, Jiewen y Ruben abonan 6,660 euros cada

uno, Santiago presentará el resto. El capital inicial va a cubrir todos los registros de la empresa y gastos necesarios para el gestión de la empresa en el año X0. En el aspecto de la propiedad de la empresa, Ruben y Jiewen ocupan 33.3% de participaciones y Santiago tendrá el resto de 33.4%. No tendremos plan de admitir nuevos inversores como socios en 5 años.

En cualquier caso, la decisión debería ser tomada entre los 3 socios, una vez que 2 socios están de acuerdo, se aprobará.

Principalmente, los socios no podrán retirarse de este proyecto dentro de los primeros 5 años, en el caso de insolvencia, el socio deberá pagar una penalización de 4,000 euros.

En cualquier caso, los socios que quedan en el proyecto están obligatorios a comprar las participaciones del socio que se retira con una revaluación o desvaluación según la cotización de la empresa. El socio que se retira no podrá participarse en proyecto parecido durante 3 años a partir de la fecha de su salda.

Santiago Wang no podrá retirarse hasta que se retiren todos los otros socios.

6.2 Permisos, licencias y obligaciones registrales

6.2.1 Constitución de la empresa

Para elaborar la constitución de la empresa, los 3 socios se reunirán para discutir juntos los artículos abarcados en ella. Para que la constitución cumpla los requisitos del Departamento de Administración de Comercios e Industrias, utilizaremos la plantilla que ofrece el departamento. En la constitución estará bien citado el dominio social de la empresa, importe que cada socio va a abonar, los puestos y responsabilidad de cada uno.

Santiago Wang es el representante de la persona jurídica y Manager General, Rubén tiene puesto de Chairman y Jiewen es supervisora de la empresa.

6.2.2 Licencia de actividad

Xiguotuzhi es una empresa limitada, como entre los 3 fundadores uno tiene nacionalidad de España, según la ley vigente de China, esta empresa tiene característica de Joint Venture, el permiso de la creación de este tipo de empresa será expedido por el Ministerio Comercial de China, una vez que consiga este permiso, el Departamento de Administración de Comercios e Industrias se encargará la remisión de la licencia de la empresa, y el registro de la empresa también se efectuará en este departamento.

www.xiguotuzhi.com siendo la página web de la empresa Beijing Xiguotuzhi International Education., Ltd, en función de la ley relativa de China, se debe conseguir la licencia ICP (Internet Content Provider) para que no sea bloqueada, solicitaremos esta licencia al Ministerio de Industria y Información Tecnológica de China.

7. Conclusión

El mercado a que se dedica Xiguotuzhi tiene mayor potencial. En el año 2003, la cantidad de los estudiantes chinos en España sólo era unos

500. Cuando llegamos al año 2013, esta cantidad ya alcanzó a 6000. Este alto porcentaje de crecimiento venía manteniéndose durante más 10 años, también tiene el mismo tendencia en años siguientes. Las comunicaciones y comercios cada día más estrechos entre los países hispanohablantes y China impulsará la expansión constante del mercado de educación de español y otras asignaturas relativas a España o América Latina.

España se ha convertido en el destino ideal de estudios de estudiantes chinos, pero muchos de ellos están sufriendo por la carencia de forma de estudiar en España, los servicios que ofrecen los intermediarios tradicionales ahora son casi la única opción de ellos, el alto precio y servicios menos personalizados no pueden satisfacer a los estudiantes. El nacimiento de Xiguotuzhi sin duda alguna les añadirá una opción nueva y optimizada, encajará perfectamente a la brecha de demanda de este mercado, su modelo de negocio es innovador, tiene una estrategia de win-win y es capaz de satisfacer a la mayor parte de los estudiantes chinos.

Beijing Xiguotuzhi International Education es una empresa ligera y lista, su organización personal favorecerá la estabilidad de la estructura financiera, eficiencia de trabajo y la administración de la empresa. Aunque en los primeros 2 años la empresa estará en deuda, no tendrá riesgo de quiebra y todavía podrá mantener su estabilidad. En los siguientes años, la empresa realizará beneficios y compensará todas las perdidas de los primeros años. Desde el año X5, Xiguotuzhi va a explotar con un paso más en América Latina con el fin de conquistar la cuota mayor posible del mercado. Según el cálculo, en los primeros 5 años el VAN es 67,583.18, considerando la inversión total en un principio, este negocio tiene una rentabilidad alta.

Para Xiguotuzhi, construir un imagen confiable entre los clientes es el punto más importante, la empresa dirigirá el mayor esfuerzo en la promoción de la empresa, estandarización del proceso de servicios y el control de calidad de los servicios. El gasto para hacer marketing y otras

actividades relativas a la promoción de la plataforma fluctuará sobre el gasto estimado puesto que este gasto tiene mayor incertidumbre, mantendremos tesorerías suficientes para cubrir estos gastos.

Los puntos fuertes de Xiguotuzhi son notables, su modelo de negocio, idea de la empresa, estrategia de la empresa, medio ambiente favorecido exterior y medio ambiente estable interior deja la empresa prometedor.

8. Bibliografía

- Arturo K. *El análisis del consumidor*, 2013 <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Árvalo Rigal, *Invasión de estudiantes chinos en las facultades de economía españolas*, El Confidencial, 2012
http://www.elconfidencial.com/sociedad/2012-03-10/invasion-de-estudiantes-chinos-en-las-facultades-de-economia-espanolas_252417/
- ABC, *España, país elegido por los estudiantes chinos*, 2012. http://www.estucurso.com/?a=5&aa=2&article_id=650
- Bill Aulet, “A handbook on 24 Steps to Help Make Entrepreneurs More Successful”, Publisher: Wiley; 1 edition (2013)
- Consejería de Educación, *Perfil de estudiantes chinos en España*, 2013
<http://www.mecd.gob.es/china/dms/consejerias-exteriores/china/ser-estudiante/estudiar-en-esp/Nota-sobre-el-perfil-de-los-estudiantes-chinos-en-Espa-a-/Nota%20sobre%20el%20perfil%20de%20los%20estudiantes%20chinos%20en%20Espa%C3%B1a%20.pdf>
- EFE Pekín, *España busca aumentar su número de universitarios chinos, dice Wert*, 2013
http://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/nacional/2013/11/01/espana_busca_aumentar_numero_universitarios_chinos_dice_wert_135396_1031.html
- Euro Press, *Los estudiantes chinos que vienen a España se multiplican por 11 desde 2003 y eligen Madrid como destino preferido*, 2012
<http://www.europapress.es/madrid/noticia-estudiantes-chinos-vienen-espana-multiplican-11-2003-eligen-madrid-destino-preferido-20120930131401.html>
- Gobierno R.P.C, *中华人民共和国中外合资经营企业法*, 2005, http://www.gov.cn/banshi/2005-08/31/content_69775.htm
- Kotler Philip, *Análisis de los Mercados de consumo y la conducta del comprador*, 2012
<http://www.infoservi.com/index.php/marketing/14-analisis-de-los-mercados-de-consumo-y-la-conducta-del-comprador>
- Lleli Vake, *El análisis del consumidor*, 2011 <http://es.slideshare.net/nallevake/analisis-del-consumidor>
- Ministry of Industry and Information Technology of the People's Republic of China, *ICP 报备流程*,
<http://www.miitbeian.gov.cn/state/outPortal/loginPortal.action>
- Rafael García, *España empieza a consolidarse como destino para los estudiantes*, 2013
<http://agencias.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=1531182>

Wang Yi Education, *Los nuevos estudiantes chinos en extranjero superan 450,000 en el año 2013*, 2013.

<http://edu.163.com/special/liuxue/rht53.html>

Xiong Wang, *Analisis breve de los estudiantes chinos en España*, 2014. <http://chinatown.ouhua.info/news/2014/06/27/1990367.html>

Zhi Hui, *Los estudiantes chinos en España ha tenido un crecimiento de 11 veces durante 9 años*, 2013.

http://edu.china.com.cn/2013-04/24/content_28645244.htm

9. Anexos

Unidades de ventas Estimadas

	X0	X1	X2	X3	X4
Servicio C2C					
A. Redacción de papeles	80	150	400	850	1300
B. Servicios de Traducción	70	200	500	1050	1800
C. Revisión y Corrección de papeles	60	300	650	1300	2200
D. Servicios para trabajos	15	60	200	360	500
E. Servicios para solicitud de grado	20	50	100	400	900
F. Servicios para solicitud de master	20	50	200	500	900
G. Servicios para solicitud de doctorado	0	2	10	20	30
H. Servicios para cursillos en España	15	50	180	450	700
I. Servicios sobre la residencia	20	55	150	400	600
J. Servicios para sacar el NIE	20	80	190	350	550
K. Servicios para tramitaciones de otros documentos	10	60	150	400	600
L. Otros servicios en España	20	100	290	650	1000
Servicio B2C					
Pre-revisión de los documentos para el Visado (primera vez)	7	15	20	40	75
La Cita de la Entrevista del Visado	8	10	20	30	40
Pre-revisión de los Documentos para el Visado(Antes de la Entrevista)	7	15	20	35	45
Presentacion de Carta de Apelacion	0	2	5	8	12

Traducción Jurada de las Actas Notariales y envío por correo	6	20	50	150	290
Servicio de Tarjeta SIM	15	25	50	100	220
Pack VIP	0	5	10	30	50

Ventas en unidad

	X0	X1	X2	X3	X4
Servicios C2C	350	1157	3020	6730	11080
Servicios B2C	43	92	175	393	732
Unidades totales	393	1249	3195	7123	11812

Estudiantes Chinos en España (2007-2014)

Evolución de chinos con autorización de estancia por estudios en vigor a 31 de diciembre. 2007 - 2014

Año	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Estudiantes chinos	6,254	5,713	3,985	4,176	4,018	3,485	2,500	1,625
Crecimiento	9.47%	43.36%	-4.57%	3.93%	15.29%	39.40%	53.85%	78.96%
Crecimiento Medio	21.23%							

Crecimiento del mercado dedicado: Estudiantes chinos en España (2015-2019)

El Numero estimado de los estudiantes chinos en España en 5 años proximos

Año	2015 (X0)	X1	X2	X3	X4
Estudiantes chinos	7,582	9,192	11,143	13,509	16,377

La cuota ocupada del mercado entero

	X0	X1	X2	X3	X4
Estudiantes chinos en España	7,582	9,192	11,143	13,509	16,377
Venta estimada de Servicios C2C (en unidad)	350	1157	3020	6730	11080
Venta estimada de Servicios B2C (en unidad)	43	92	175	393	732
Unidades totales	393	1249	3195	7123	11812
Cuota del mercado	2.59%	6.79%	14.34%	26.36%	36.06%

Estimamos que cada estudiante que usan nuestra plataforma compran 2 servicios.

Lista de los trabajos relativos:

	PRIORITY	DESCRIPTION
1	Medium	Comprar domain xiguotuzhi.com Dar temporal space in hosting (bdd, ftp, etc...)
2	Medium	Instalar principal estructura (WP, SpotFinder, WPML)
3	High	Configuración correos electrónicos
4	Medium	Diseño básico framework página. Estilos y colores.
5	Low	Proteger wp-admin con htaccess
6	Medium	Aprobar estructura de menú.
7	Medium	Redactar en Chino (e inglés o español, yo lo corregiré) el contenido de: ABOUT US.
8	High	Decidir nombres en Chino/Español/Inglés para "oferante" y "demandante"
9	Medium	Definir secciones semiestáticas de la web de contenido (universidades, carreras, másters, etc...)
10	Medium	Crear contenido en Chino (e inglés o español, yo lo corregiré).
11	Medium	Traducir contenido y publicar.
12	Medium	Arreglar shortlinks todas las páginas

13	Medium	Redactar insipración para logotipo. Crear concurso para el logotipo.
14	Medium	Decidir que fotografías queremos para la web. Comprarlas
15	Medium	Diseñar el slider principal. Poner el contenido en Chino.
16	Medium	Cambiar WP from phpmail to smtp (acc web).
17	Medium	Activar zona privada
18	Medium	Programar zonas Registro / Login
19	Medium	Decidir los parámetros que solicitaremos para una alta de una nueva "oferta". Estos parámetros pueden ser luego visibles o no en el anuncio y obligatorios o opcionales. EJEMPLO: Tema del anuncio (visible, obligatorio) Cuerpo del anuncio (visible, obligatorio) Tipo de estudiante graduated/undergraduated... (visible, obligatorio) Nacionalidad (chino, nativo español, otros) (visible, obligatorio) Curriculum vitae (no visible, obligatorio) Expediente (no visible, opcional)
20	Medium	Activar woocommerce
21	Medium	Programar publicación de ofertas
22	Medium	Programar búsqueda de ofertas
23	Medium	Programar listado de ofertas
24	Medium	Programar valoración de ofertas

25	Medium	Definir todos los artículos. Artículo es cualquier cosa que puede ser comprada por un cliente final y que un ofertante ofrecerá. EJEMPLOS: - Ayuda en el curriculum - Ayuda en la carta de presentación, etc.. También hay que definir si estos artículos tendrán el precio que el ofertante quiera o lo marcamos nosotros, y como.
26	Medium	Programar creación de artículos
27	Medium	Programar checkout flow. Programar carts.
28	Medium	Dar de alta cuenta alipay/ICBC y pasarme parámetros y token
29	Medium	Crear area de pedidos
30	Medium	Crear centro de resolución
31	Medium	Crear centro base de gestión.
32	Medium	Crear sistema de comunicación.
33	Medium	Crear sistema de validación de servicios.
34	Medium	Crear sistema de validación datos pago ofertante
35	Medium	Crear sistema de compartición de documentos.
36	Medium	Activar wp-cron
37	Medium	Escribir en Chino (y Español?) los Terms&Conditions legales
38	Medium	Crear área de helpdesk, instalar sistema de helpdesk
39	High	TRADUCIR TODO LO QUE PODAMOS EN UNA SESION REMOTA
40	Low	Crear sistema de Chat B2C
41	High	Crear proceso de transformación PEDIDO2TRANSACCION
42	Low	Formulario de contacto
43	Medium	Escribir apartados en español e inglés.
44	High	Contratar un hosting/VPS en China

45	High	Configurar Nuevo Hosting
46	High	Migrar web a China
47	Medium	Configurar wp-cron y otros crons
48	Medium	Configurar backups en otros servidores
49	Medium	Activar sistemas de cache para p estáticas