

Projecte emprenedor:

# CREC COLIVING AL MARESME

Nom de l'estudiant:

**Hernández Ruano, Álvaro**

**Valhondo Romero, Mariona**

Nom del tutor/a: **Rof, Albert**

Data: 28/06/2020

**MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU**

---

**Curs: Cinquè Administració d'empreses i Turisme i gestió de l'oci**

## **AGRAÏMENTS**

Volem agrair a les següents persones per la seva contribució desinteressada a la realització del projecte:

- Carles López (Director del CREC Coworking)
- Paco Ruano (Director de Lleuresport)
- Jon Hormaetxe (Director de Sun & Co)
- Empresa CREC
- Patricia Sánchez (Arquitecte tècnic)

## **RESUM EXECUTIU**

El projecte té com a finalitat proporcionar una nova línia de negoci a la, ja existent, empresa CREC, una empresa especialitzada en el mercat dels coworkings o oficines compartides a Barcelona i Sabadell. La proposta consisteix en la creació del CREC Coliving, un coliving al maresme (en concret a Mataró), que diversificarà l'enfocament de mercat de l'empresa, ampliarà el públic a qui va dirigit actualment i afegirà valor a l'empresa amb la seva incorporació a aquesta nova vessant especialitzada en la nova i prometedora combinació d'habitatge i oficina compartits.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto tiene como finalidad proporcionar una nueva línea de negocio en la, ya existente, empresa CREC, una empresa especializada en el mercado de los coworkings u oficinas compartidas en Barcelona y Sabadell. La propuesta consiste en la creación del CREC Coliving, un coliving en el maresme (en concreto en Mataró), que diversificará el enfoque de mercado de la empresa, ampliará el público al que va dirigido actualmente y añadirá valor a la empresa con su incorporación a esta nueva vertiente especializada en la nueva y prometedora combinación de vivienda y oficina compartidos.

## **ABSTRACT**

The aim of this project is to provide the company CREC with a new line of business. CREC is a firm that specializes in rentals of coworking spaces and shared offices in Barcelona and Sabadell. The proposal lies in the creation and development of a Coliving space (CREC Coliving) in Mataró, Maresme that will diversify the market focus of the company; it will broaden the current target audience, and will add value to the enterprise by joining a new business field, with a promising concept that combines housing and shared working spaces.

## ÍNDEX

<b>1. INTRODUCCIÓ</b>	<b>7</b>
1.1 COLIVING	8
1.2 CREC COLIVING	9
<b>2. CARACTERÍSTIQUES PERSONALS I MOTIVACIONS DE L'EQUIP</b>	<b>10</b>
<b>3. PÚBLIC OBJECTIU</b>	<b>13</b>
<b>4. MODEL DE NEGOCI</b>	<b>26</b>
<b>5. PROPOSTA DE VALOR</b>	<b>27</b>
5.1. LOGO I ESLÒGAN	27
5.2. PÀGINA WEB	30
5.3. PLÀNOLS	31
5.4. CONCLUSIONS	33
<b>6. COMPETÈNCIA</b>	<b>34</b>
<b>7. GRAU D'INNOVACIÓ/ADEQUACIÓ REAL DE LA IDEA DE NEGOCI</b>	<b>42</b>
<b>8. PLA DE MÀRQUETING</b>	<b>43</b>
8.1. PORTAFOLI DE SERVEIS	43
8.2 PLA DE COMUNICACIÓ PRIMER ANY	47
8.2.1 PROCÉS DE COMUNICACIÓ	47
8.2.2 CANALS DE COMUNICACIÓ	50
8.2.3 PRESSUPOST I TIMING DEL PRIMER ANY	51
8.3 CANALS DE DISTRIBUCIÓ	55
8.4 POLÍTICA DE PREUS I PREVISIÓ DE VENDES	57
8.5 ANÀLISIS DE LES 4P'S AMB LES 4C'S	59
<b>9. PLA D'OPERACIONS</b>	<b>62</b>
9.1 PROCÉS DE PRODUCCIÓ DEL SERVEI	62
9.2 ACTIVITATS I RECURSOS CLAU	69

9.3 PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ	70
<b>10. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS</b>	<b>72</b>
10.1 ORGANIGRAMA	72
10.2 LLOCS DE TREBALL: FUNCIONS I TASQUES	75
10.3 POLÍTICA RETRIBUTIVA	86
10.4 VALORACIÓ ECONÒMICA	88
<b>11. PLA JURÍDIC-FISCAL</b>	<b>92</b>
11.1 FORMA JURÍDICA I REQUERIMENTS DE CONSTITUCIÓ	92
11.1.1 FORMA JURÍDICA	92
11.1.2 PROVEÏDORS DE SERVEIS	92
11.1.3 ACORD DE SOCIS	93
11.2 NORMATIVA ESPECÍFICA DEL CREC	97
11.2.1 REQUERIMENTS NORMATIUS	97
11.2.2 IMPACTE A NIVELL DE NORMATIVA	101
11.2.3 POSSIBLES CANVIS NORMATIUS	102
<b>12. PLA ECONÒMIC-FINANCER</b>	<b>103</b>
12.1. PREVISIÓ D'INVERSIONS I FINANÇAMENT	103
12.2. PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES DELS TRES PRIMERS ANYS	107
12.3. COMPTE DE RESULTATS DELS 3 PRIMERS ANYS	114
12.4. ESCENARIS D'INGRESSOS I DESPESES	116
12.5. PLA DE TRESORERIA DELS TRES PRIMERS ANYS	119
12.6. CONCLUSIONS	122
<b>13. CONCLUSIONS</b>	<b>126</b>
<b>14. WEBGRAFIA</b>	<b>129</b>
<b>15. ANNEX</b>	<b>134</b>
15.1 ENTREVISTA A JON HORMAETXE, DIRECTOR DEL COLIVING SUN & CO	134
15.2. PREGUNTES A CARLES LÓPEZ, DIRECTOR DEL CREC COWORKING	148

15.3. ENQUESTES	150
15.4. PLÀNOLS NAU INDUSTRIAL CREC COLIVING	155
15.5. ARTICLE NÒMADA DIGITAL (HOSTELTUR):	156
15.6. PERMISOS NECESSARIS PER A LA REFORMA DE LA NAU	156
15.7 CRONOGRAMA TÈCNIC	156

## 1. INTRODUCCIÓ

**CREC** és una empresa nascuda a la ciutat de Barcelona l'any 2012 amb la idea de proporcionar a emprenedors, "freelancers", pimes i a tot aquell interessat, un espai de treball compartit on poder desenvolupar els seus projectes i crear sinergies amb els diferents membres.

Havent començat per la creació del Coworking de Poble Sec l'any 2012, actualment disposa de tres espais de coworking: dos a Barcelona i un a Sabadell, i es troba en un constant creixement tant en cartera de clients com en desenvolupament empresarial.

El que es preten és crear una nova línia de negoci d'aquesta empresa ja existent, que consisteix en la construcció i desenvolupament d'un **Coliving** a la zona del Maresme, en concret a la ciutat de Mataró, moderadament allunyat de la ciutat de Barcelona i, en certa manera, envoltat de vegetació i zones verdes per tal de crear un ambient més agradable i idoni tant per viure com per treballar.

Concretament, es tractaria d'un espai ampli on conviurien 10 persones que compartirien, durant el temps acordat amb l'hoste, els següents espais: una sala d'estar, un menjador, una zona recreativa i, el més important, un espai degudament adequat per treballar de la manera més còmoda i productiva possible. En aquesta última zona, a més, existiria la possibilitat, mitjançant la comunicació i la interacció, de crear sinergies entre els professionals.

Aquesta línia representa una oportunitat de negoci amb un gran potencial d'aportar valor afegit a l'empresa CREC, ja que abasta un nou mercat en el qual actualment no ha incidit: el mercat de l'habitatge. A més, alhora ofereix una alternativa habitatge-oficina lluny de la desagradable contaminació atmosfèrica i acústica que es pateix a la ciutat.

## 1.1 COLIVING

El coliving és un model de negoci que està començant a implementar-se al nostre país, tot i ja haver-se demostrat exitós en diversos països tals com els Estats Units o el Regne Unit, on aquests espais ja són un estil d'habitatge prioritari per a molts joves professionals.

Actualment, Espanya compta amb aproximadament 19 Colivings distribuïts principalment a Las Palmas, Catalunya i Madrid, on es troben en estat pròsper i en un creixement continu provocat per les necessitats que tenen molts joves autònoms, empedors i/o nòmades digitals i veuen satisfetes amb aquest model que combina l'habitatge i l'oficina, que són dos elements que generalment es veuen obligats a pagar per separat, amb la càrrega econòmica que això suposa.

Cal destacar que aquest model també seria capaç de satisfer certes necessitats d'un públic més turístic, com és el turisme de congressos. Aquests, com es detallarà en altres apartats, podria sentir-se interessat per una sèrie de serveis i comoditats del coliving, expressament modificades i adaptades per atreure'ls i fer d'ells un target percentualment significatiu per al nostre projecte.

En definitiva, s'està plantejant una línia de negoci innovadora en el nostre país i en tot el món que està funcionant i captant l'atenció de tots aquells joves professionals que tenen el desig de marxar de casa dels seus pares però es troben amb barreres que els impedeix fer-ho possible i, a més, compta amb les eines necessàries per marcar diferència en relació al turisme de congressos.



## 1.2 CREC COLIVING

Imatge 1: Fotografia de la nau



Font: [habitaclia.com](http://habitaclia.com)

- Nau industrial
- Preu: **310.000 €**
- Ubicació: Mataró, Carrer Herrera, 47
- Superfície: **714 m<sup>2</sup>**

La nau industrial disposa d'un total de 714 m<sup>2</sup> repartits en dos pisos de la següent manera: el pis de dalt compta amb 150 m<sup>2</sup>, mentre que el de la planta baixa compta amb 560 m<sup>2</sup>.

La planta de dalt està destinada a les habitacions dels membres del coliving, de 14 m<sup>2</sup> cadascuna i que contenen un llit individual, un escriptori i una cadira. De manera opcional, poden tenir una butaca i un bany privat. Cal d'estacar que una d'elles disposa de totes les facilitats que necessita una persona amb discapacitat física. Totes

aquestes habitacions es troben connectades per un passadís central que acaba en unes escales que porten al pis de sota.

Aquesta planta de sota, d'un total de 560 m<sup>2</sup>, es destina exclusivament a les zones comunes, on tots els membres gaudeixen de total llibertat de moviment. S'hi inclou:

- Una cuina oberta juntament amb la sala d'estar.
- Una habitació per a rentadores.
- Un bany amb tres lavabos.
- Dues sales de reunions.
- Una sala gran per a la realització de conferències, classes, exposicions, reunions i altres usos similars.
- Un pati intern totalment descobert.

## **2. CARACTERÍSTIQUES PERSONALS I MOTIVACIONS DE L'EQUIP**

### **Álvaro Hernández Ruano**

La idea de realitzar aquest projecte sorgeix l'estiu de l'any 2017, quan jo, Álvaro Hernández, vaig estar treballant durant 3 mesos a l'empresa CREC, ocupant el càrrec d'administratiu en el CREC Coworking de l'Eixample. Durant aquest període de familiaritzar-me amb les seves instal·lacions i conèixer el funcionament i avantatges de les oficines compartides, va néixer en mi un gran interès per aquest àmbit i per totes les seves possibles branques i extensions d'aquest model de negoci, entre les quals destaca el coliving.

No va ser fins passats tres mesos, a finals de l'any 2017, quan vaig traslladar el meu interès a un dels directius de l'empresa amb qui tenia confiança, simplement preguntant si com a estratègia empresarial en algun moment s'havia contemplat l'opció d'estendre la seva empresa CREC al mercat del coliving. Jo havia sentit parlar d'aquest innovador model de negoci i dels fruits que estava donant en aquells països on s'implementava. La resposta obtinguda per part de CREC va ser que algun cop ho havien rumiat amb altres membres de l'empresa tot i que mai havia estat

desenvolupat: una oportunitat que vaig identificar i deixar aparcada de forma temporal fins l'aparició d'aquest TFG.

Posteriorment, quan dos anys després (a finals del 2019), vaig haver d'escollir un projecte per a la realització del Treball Final de Grau, no vaig dubtar que aquella idea podria ser desenvolupada i transformada en projecte. Per aquest motiu, vaig concertar una trobada amb en Carles López, directiu del CREC Coworking, amb qui ja havia mantingut converses sobre el tema en moments anteriors. L'objectiu principal de la reunió va ser oferir l'opció de desenvolupar el projecte "CREC Coliving" com a nova línia de negoci de la seva empresa, que necessitaria els recursos de la mateixa (principalment, financers, humans i materials). La seva resposta, clara i engrescadora, va ser afirmativa. Cito paraules textuais: "Endavant, desenvolupa-ho i presenta la proposta quan la tinguis tancada; nosaltres proporcionarem allò que necessitis."

Així doncs, el simple fet de poder portar a terme aquesta idea amb l'aprovació i el suport del CREC ja és una motivació personal que li dóna valor afegit a la realització del projecte.

Com a motivació addicional, destaco el reconeixement intern en l'empresa que suposaria l'implementació exitosa d'aquest model de negoci. El temps que vaig treballar allà va ser molt enriquidor i positiu tant a nivell personal com professional, per tant, poder guanyar-me un lloc en aquesta empresa resultaria la millor de les recompenses i, per tant, la major motivació. Finalment, sento la motivació personal de ser capaç d'afrontar el repte d'aconseguir tancar el projecte en unes condicions viables i que el públic respongui positivament a la nostre proposta.

Sóc conscient, a més, que certes aptituds personals estan essent i seran molt positives per al desenvolupament d'aquesta idea de negoci, entre les quals destaco les tres següents:

- Creativitat
- Eloqüència
- Flexibilitat i adaptació

Tot i que considero que tinc més aptituds favorables per la realització del projecte que carències que puguin dificultar el desenvolupament del mateix, sí que m'agradaria remarcar un punt feble que caldria millorar: la falta de previsió o d'organització cronològica en alguns aspectes, conseqüència de la impaciència. Tendeixo a prendre decisions de manera precipitada sense tenir en compte possibles conseqüències futures o dono per suposat escenaris que encara no han estat degudament contrastats per tal d'avançar.

### **Mariona Valhondo Romero**

Pel que fa al perquè em vaig decidir per fer aquest TFG conjuntament amb el meu company Álvaro és pel simple fet que ell m'ho va proposar, jo no estava molt segura del tema a escollir, ja que li trobava problemes a tots, però quan ell em va presentar la proposta la vaig veure molt innovadora, ja que no coneixia de la seva existència i em va agradar.

Les motivacions principals són fer un projecte viable que tingui un reconeixement per l'empresa CREC, al final crear un projecte que pugui ser viable i es pugui posar en marxa és una satisfacció. Segurament una altra motivació al projecte és la falta de restriccions per part de CREC ens deixen fer i poder mostrar les nostres idees i la forma d'execució que creiem més convenient. Per últim poder acabar el grau és una gran motivació, pensar que ja estem a l'últim tram i és un esforç que té conseqüències esperem que positives.

Com a aptituds personals jo em descriuria com una persona resolutiva, ja que sempre busco la forma de què les coses o situacions tirin endavant, proactiva perquè m'agrada avançar, fer coses noves i tenir la iniciativa i anàlitica, ja que intento buscar totes les opcions i tots els casos que es poden donar per una acció o esdeveniment.

El principal tret que em caracteritza és que sóc molt despistada i això fa que sigui desorganitzada, en el meu ambient més proper no és un problema greu perquè ja em

coneixen però en ambients com són els estudis és una mica caòtic i em porta molts mals de cap.

La part en la que volem fer més èmfasi és el pacte de socis ja que al ser tres socis i ser nosaltres els socis minoritaris volem poder tenir una mica de poder de decisió.

### **3. PÚBLIC OBJECTIU**

El CREC Coliving té com a propòsit oferir un allotjament i un espai de treball a diferents col·lectius en una única instal·lació que combina aquests dos elements.

Per tal d'arribar al públic objectiu existeixen dues maneres diferents, ja que tot i ser un únic producte/servei, CREC Coliving ofereix a un públic més proper una sèrie de comoditats econòmiques i personals que l'ajudarà a prendre la decisió de sortir d'una situació d'estancament i, per altra banda, també ofereix un producte/servei més encarat a l'experiència enriquidora i la comoditat professional de contractar-nos, a aquelles persones que busquen les sinergies professionals.

S'han detectat, principalment, quatre col·lectius/segments/públics objectiu que s'adapten al producte/servei i que compleixen unes característiques idònies que els converteixen en el nostre potencial *target*. No obstant, aquests quatre segments no tenen el mateix grau d'importància ni les mateixes magnituds en el mercat. A més, uns poden arribar a ser clients de llarga durada mentre que altres, lluny d'utilitzar els nostres serveis en llargs terminis, tindran estàncies molt puntuals d'entre 2 i 4 dies (només públic de congressos).

Per tant, existeix una important diversitat de públic objectiu. A continuació, s'especifiquen els esmentats públics objectius, ordenats de major a menor importància.

### **Joves 25-35 anys: Autònoms/freelance i Pimes i start-ups**

Aquest projecte busca acollir proporcionant un habitatge i, alhora, un espai de treball al nostre segment principal, format per joves d'entre 25 i 35 anys que estiguin treballant, que visquin, per raons econòmiques o per falta d'oportunitats, a casa dels seus pares i que, finalment, estiguin buscant independència personal i laboral.

Principalment, ens referim a **autònoms o freelance** que treballen de manera digital i a distància i que no necessiten mantenir reunions amb clients de manera freqüent (tot i que el CREC Coworking proporciona sales de reunions en els seus propis establiments de Barcelona o Sabadell). Les **Pimes i start-ups** també encaixen en el nostre target, ja que són molts els empenedors que no es poden permetre econòmicament un habitatge digne al mateix temps que una oficina on poder desenvolupar i fer créixer la seva empresa.

Pel que fa als autònoms, a Barcelona se n'han comptabilitzat un total d'aproximadament 390.000 l'any 2018, dels quals un 78% són treballadors de serveis i el 22% treballen en sectors com agricultura, indústria i construcció. El 27% d'aquests es tracta de joves entre 25 i 35 anys: justament el tipus de població que més ens interessa atacar i als quals considerem que més podria interessar-li l'ús del nostre producte/servei.

Per tal de focalitzar les dades en funció de la nostre ubicació, 36.051 van ser els autònoms registrats el 2n trimestre de 2019 al Maresme (Segons el Consell Comarcal del Maresme), una xifra que no fa més que millorar (per nosaltres) any rere any, ja que aquest número d'autònoms l'any 2018 va ser d'un total 35.654, pràcticament 400 autònoms més.

L'espai estarà perfectament adequat a les necessitats d'aquest públic: es disposarà d'un seguit de facilitats necessàries per treballar de manera productiva i tenir una estància d'allò més còmoda, com per exemple una connexió ràpida a internet i taules degudament modificades per a la incorporació de cables i col·locació de pantalles.

Els mateixos són els qui intervenen principalment en el procés de compra del nostre producte/servei, que és ofert directament als ja esmentats autònoms, pimes i start-ups sense la necessitat d'intermediaris ni altres agents que condicionin o intervinguin de forma activa en el procés de compra. De totes maneres, podrien existir escenaris en els quals sí apareguin altres elements en aquest procés, com podrien ser els pares dels usuaris finals. Un escenari d'exemple seria el d'un jove d'edat avançada (35 anys) el qual està sent pressionat pels seus pares per independitzar-se, exercint un paper influenciador en la decisió de la compra del producte.

Per tal d'aprofundir en les característiques del nostre públic objectiu, a continuació es presenten els dos buyers persona que millor s'adaptarien al perfil dels nostres colivers<sup>1</sup> :

#### Buyer persona 1: Laura

- Descripció demogràfica: Dona de 27 anys. Ha creat una start-up fa menys de dos anys. Després d'haver estat treballant en el departament de màrqueting digital en una multinacional dedicada a la publicitat i al màrqueting, va decidir obrir el seu propi negoci i especialitzar-se en el seu sector. Per ara, no té treballadors, però sí socis de l'empresa. Té el desig de contractar personal en un futur. És una noia soltera. Porta una vida de classe mitjana-baixa.
- Descripció geogràfica: Viu a al centre de Madrid. Ha començat a desenvolupar el seu negoci al domicili dels seus pares. Durant el període de vacances, abans se n'anava sempre a casa dels seus avis, a Andorra, però des que va començar el seu propi negoci no ha pogut tornar a marxar.
- Estil de vida: El seu dia a dia es podria resumir com una dedicació pràcticament completa a la start-up. Té molt poc temps lliure per fer vida social i pel seu propi oci. El negoci va creixent a poc a poc.
- Descripció psicogràfica: Tot i que viu en un ambient molt atafegat, és una noia que es dedica en cor i ànima a complir els seus objectius, la qual cosa la converteix, en part, en una persona obsessionada pel treball. No obstant, això la fa sentir bé. De cara a un futur proper, quan tingui més temps per a ella

---

<sup>1</sup> Coliver: membre de la comunitat que forma part d'un coliving.

mateixa, li agradaria començar nous projectes.

Buyer persona 2: Carles

- Descripció demogràfica: Home de 29 anys. Autònom especialitzat en edició de vídeo (publicitat i cine). Treballa de forma intermitent. És un noi solter i porta una vida de classe mitjana-alta.
- Descripció geogràfica: Viu a Premià de Dalt, va marxar de casa dels seus pares, que vivien a Alella, i des de fa 2 anys viu de lloguer amb unes condicions econòmiques difícils d'afrontar cada mes.
- Estil de vida: Pot tenir temporades en què no té temps per fer vida social per un excés de feina, però també pot estar 1 o 2 mesos sense treballar. Sempre li resulta difícil preveure què li depara la feina en els propers 3 mesos. Mica en mica, va aconseguint més clients, ja que s'està fent un lloc en la indústria de la publicitat i el cinema.
- Descripció psicogràfica: És un apassionat del seu treball i té un innegable talent en la seva feina. Té grans expectatives de futur i vol estalviar, en la mesura del que sigui possible, per comprar-se un pis a Barcelona.

Aquests dos buyers persona, la Laura i en Carles, són dos exemples concrets d'aquell públic al qual el nostre producte/servei va destinat. Dividits segons diferents tipologies de descripcions (demogràfica, geogràfica, psicogràfica i vital), s'ha definit de la manera més precisa els comportaments que tenen i les situacions en què es troben, que demostren que els podria satisfer les seves necessitats el fet d'entrar en la nostra comunitat de colivers i fer ús dels nostres serveis amb l'únic objectiu de millorar les seves condicions personals, econòmiques i professionals.

### **Nòmades digitals**

A continuació, trobem el següent públic objectiu: els **nòmades digitals**. Aquests comparteixen importants similituds amb els anteriors. Poden definir-se com una classe de públic que, tot i no identificar-se com a turistes, tenen un seguit d'atributs que



coincideixen amb ells i, per tant, els considerarem com a tal. Són les persones que no tenen un lloc fix per treballar i el que volen és anar canviant d'aires, de manera que venir els aportí noves experiències i els enriqueixi. Tenen una visió més ampla, són sociables i els agrada conèixer altres persones, cultures, formes de treballar, etc. Aquestes persones són treballadors independents que basen la seva activitat en l'entorn digital i la seva prioritat és recórrer el planeta i estar determinats moments de l'any en una destinació concreta.

Es tracta d'un públic no contemplat inicialment, però arrel de l'entrevista realitzada al Jon Hormaetxe, director el coliving Sun and Co, s'ha identificat que és un públic que encaixa perfectament amb el nostre producte/servei, a més de ser altament similar al públic objectiu anteriorment exposat. La publicitat per a aquest tipus de persones es basarà principalment en la web i les xarxes socials.

Aquí presentem en Dean, un nòmada digital:

Buyer persona: Dean

- Descripció demogràfica: Dean no té parella ni fills però li encanta fer vida social i poder-se-la compaginar amb el treball.
- Descripció geogràfica: Dean viu a Escòcia i treballa des de casa (treballador remot), formant part d'una empresa important. Li agrada molt viatjar, amb una clara preferència pels països amb més hores de sol i temperatura agradable.
- Estil de vida: Treballa molt i està en constant recerca de llocs nous des dels quals poder treballar en condicions diferents, però sense treure les comoditats d'una oficina.
- Descripció psicogràfica: És aficionat a viatjar i s'ho pot permetre tant econòmicament com per temps, ja que com a treballador remot no ha de fer presència a un lloc físic. Ell es descriu com un nòmada digital.

### Turisme de congressos o negocis

Per altra banda, el turisme de congressos és molt rendible a la província de Barcelona i, pràcticament any rere any, augmenta en qualitat i en quantitat. De fet, l'any 2017 va aconseguir unes xifres realment altes, arribant a aconseguir un nou rècord de congressos i fires. L'any 2019, lluny de reduir la xifra, va trencar de nou el rècord anteriorment establert, arribant a 2.000 esdeveniments, amb entre 20.000 i 80.000 participants, depenent de la seva repercussió i prestigi. Totes aquestes persones necessiten allotjaments durant el període de temps que el congrés duri, la qual cosa representa una oportunitat per a nosaltres. La despesa d'aquest tipus de públic a Espanya ronda els 6.000 milions d'euros. Barcelona, l'any 2018, es trobava en la quarta posició en el rànquing de llocs on es fan més congressos. Per aquest any, ja té planificats 143 congressos de diferent àmbits.

A més, recentment, a finals del 2019, el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme va organitzar una trobada a l'auditori de Centre Cívic de Santa Susanna (Barcelona) en el qual han participat un total de 25 professionals vinculats al turisme de negocis i congressos de la destinació per fomentar les relacions professionals i identificar els punts forts del Maresme com a destinació per aquest turisme.

Aquest és el públic que volem que acudeixi a les nostres instal·lacions de forma més esporàdica o puntual i tingui una estada més curta que la resta. Principalment, són les persones que volen venir per feina (per tal d'assistir a un congrés o una fira), és a dir, són **turistes de congressos o negocis**. El tipus de client no només és una persona física (la que farà ús de les instal·lacions) sinó que si és un treballador enviat per una empresa, el comprador i el dictaminant és l'empresa. La forma de posada en contacte amb aquestes persones o empreses és fent publicitat per a cada congrés que trobem que sigui important i tingui repercussió en altres països, mitjançant les xarxes socials però sobretot apareixent en les cerques dels congressos. És a dir, que quan algú busqui un congrés per internet li aparegui publicitat nostra, gràcies al posicionament SEO però sobretot el SEM i fent anuncis amb la plataforma Google Ads.

Buyer persona: Alessandro

- Descripció demogràfica: Home de 34 anys, casat i amb fills. Treballa en una important empresa a Roma. L'empresa el fa viatjar per formar-se i estar en contacte amb altres proveïdors. Les estades d'aquests viatges són curtes.
- Descripció geogràfica: Viu prop de la Ciutat del Vaticà i té la seva família i la de la seva dona residint als voltants, per mor de la necessitat dels familiars per cuidar les seves filles quan ell és fora, de viatge.
- Estil de vida: Treballa la seva jornada laboral encara que hi ha cops que ha de fer hores extres. De fet, a vegades s'ha d'emportar la feina a casa. Quan no treballa, està amb la seva família: li agrada jugar amb les seves dues filles, ja que són el més important per a ell. Durant els caps de setmana intenta fer sortides amb la família i amics, anar a bons restaurants, passejar per fires o fer turisme proper al seu lloc de residència.
- Descripció psicogràfica: Es pot dir que té dues grans passions: la feina i la família. Sent que prioritza la feina abans que la seva dona i la seva família.

Buyer persona: Matt

- Descripció demogràfica: Matt és natural de Londres que vivia a Folkstone i es va mudar per temes de treball. Té 30 anys i parella, però no té fills.
- Descripció geogràfica: Ell vivia a Folkstone amb els seus pares però quan va acabar d'estudiar va mudar-se a Londres, ja que ell és protèsic i a Londres hi podia trobar millors laboratoris.
- Estil de vida: treballa per compte propi, està muntant la seva empresa però necessita mitjans per comprar tota la maquinària i està investigant noves maneres de fer les pròtesis d'una forma ecològica, duradora i còmoda per al pacient. Aquest procediment li treu molt de temps però la seva parella treballa amb ell, fet que fa més amè el desenvolupament dels projectes.
- Descripció psicogràfica: Combina treball i oci encara que no de forma equitativa. És a dir, dedica més temps al treball però quan té temps lliure li agrada sortir amb la seva parella o bé desconnectar una mica amb els amics. Sortir a fer unes copes i distreure's una mica és el que més li ve de gust. En

temps de vacances, prioritza els viatges plens d'aventures i experiències amb la seva parella.

### **Públic de transició**

En últim lloc, i amb el més baix nivell d'importància, enmig del públic proper trobem un **públic de transició** que, per imprevistos de la seva vida, necessita un lloc on viure un temps i poder seguir treballant. En aquest aspecte, el públic és més variat, ja que es pot tractar tant d'una persona que tot just s'ha divorciat i necessita un habitatge durant el temps en el qual s'arreglen els papers del divorci, tant de graduats que busquen un pis on viure però necessiten un allotjament durant el llarg temps de recerca.

El següent buyer persona, Nicole, és un perfil de públic de transició:

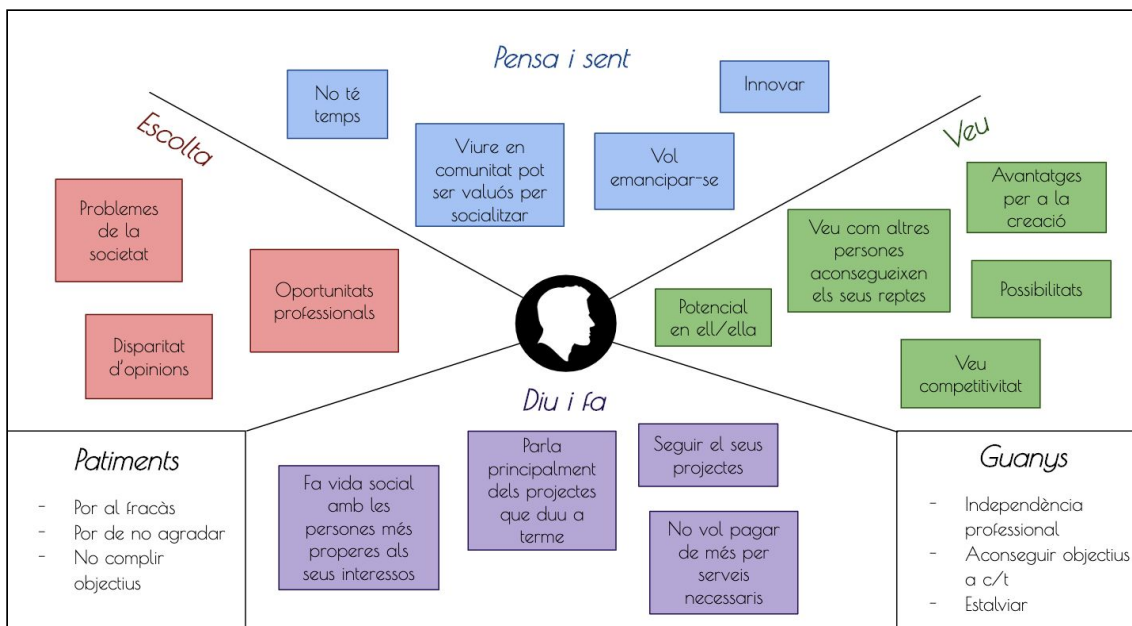
Buyer persona: Nicole

- Descripció demogràfica: Dona 42 anys, en tràmits de divorci amb un fill. Treballa de responsable d'equip en una empresa de comunicació. No cal que estigui sempre presencialment a l'oficina.
- Descripció geogràfica: Viu al barri de gràcia de Barcelona, però amb els tràmits de divorci ha de canviar de residència perquè el pis era de la seva dona.
- Estil de vida: Té vida social fora del treball, és una persona que no té problemes per fer amics però no deixa de banda la criança i l'educació del seu fill, que està en l'etapa adolescent.
- Descripció psicogràfica: Se sent bé amb ella mateixa encara que té alguns patiments per tenir un fill adolescent i un divorci.

Per analitzar els nostres hostes principals amb un enfocament centrat en l'entorn d'aquests segments explicats amb els anterior buyers persona, hem realitzat un "empathy map" on desmembrem els pensaments que tenen i com el nostre producte/servei pot donar solucions a inconvenients de la seva vida.

A continuació, presentem l'“empathy map” de l'autònom:

Empathy map 1: Autònom



Font: elaboració pròpia

En aquest “empathy map” es veuen reflectits els pensaments dels nostres clients potencials en diferents aspectes. Com a resum per apartats, podem dir que pel que pensa i sent és una persona innovadora i proactiva que té reptes tals com emancipar-se, no té temps per buscar espais per treballar i viure i li agrada compartir i socialitzar, pel que escolta sap que la societat té molts problemes i això li crea oportunitats professionals alhora que sap que hi ha molta disparitat d'opinions en tots els sentits de la vida.

Pel que fa al que veu, es pot dir que ell té autoconfiança i creu en si mateix però al mateix temps veu com altres persones ja han aconseguit reptes i, per tant, existeix competitivitat.

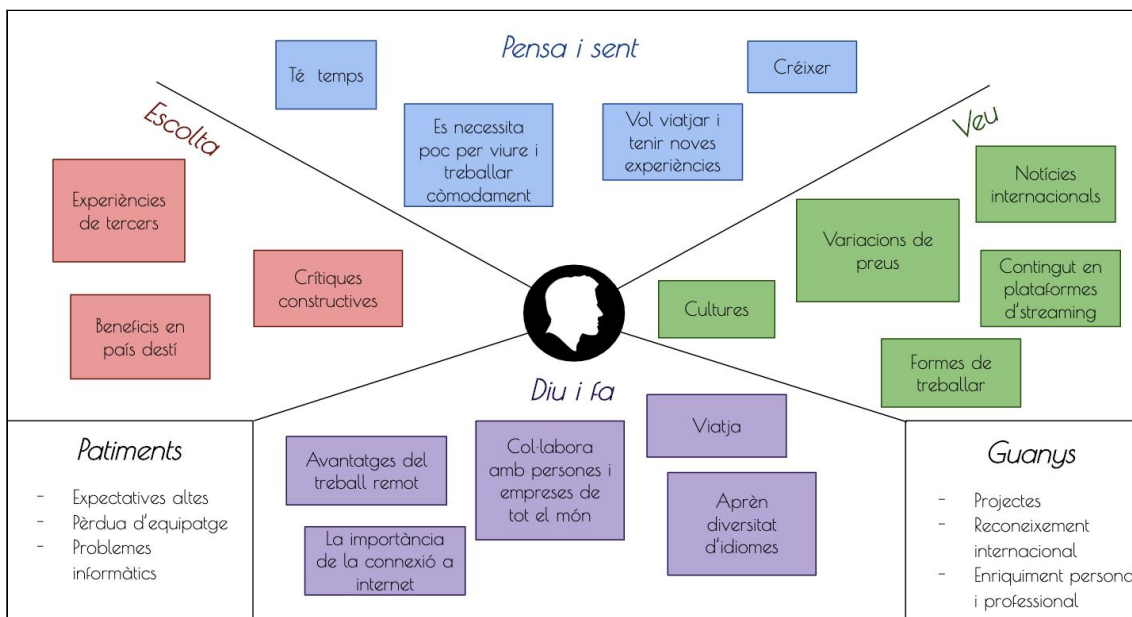
Quant al que diu i fa, és sobretot relacionat amb els seus projectes: la seva vida gira al seu voltant. Per això, s'envolta de persones amb interessos comuns i també cal destacar que no vol pagar de més per les coses quotidianes que necessita.

Respecte als patiments, són els normals en una persona competitiva que té projectes. Amb els guanys passa el mateix: estima estalviar, tenir independència i aconseguir els objectius que es proposa.

Per tot això, una persona amb aquests interessos representa un públic potencial per viure a un coliving: estalvia en el sentit que al coliving troba allotjament i lloc on poder treballar, té projectes a la vista i vol dedicar-s'hi de ple per aconseguir guanyar-se la vida per ell mateix.

A continuació presentem el empathy map del **nòmades digitals**:

Empathy map 2: Nòmades digitals



Font: elaboració pròpia

Tot i que en alguns aspectes té importants similituds amb el públic anterior, aquests treballadors independents, autònoms, emprenedors o treballadors per compte aliè tenen un estil de vida únic i diferenciador.

Es tracta de persones que no tenen cap lligam que els obligui a mantenir-se en una ubicació. De fet, no deixen de moure's arreu del món i no necessiten més que el seu ordinador i un fluxe constant d'experiències.

Acostumen a escoltar crítiques constructives en relació al seus projectes o maneres de fer, de la mateixa manera que beneficis de viatjar a segons quin país a partir de experiències viscudes per altres companys que comparteixen la seva manera de viure. Quant al que veuen, sempre tenen present les notícies internacionals per ser coneixedors de les situacions dels països que preveuen visitar. Veuen diverses cultures i formes de treballar en les diferents localitzacions en les que s'allotgen.

Els nòmades digitals parlen dels principals avantatges que comporta el treball remot i la no dependència d'un espai fix per treballar. A més, expressen la importància que té per a ells les bones connexions a internet. Consideren que no existeix millor vida que la consistent a viatjar. S'ho prenen com una filosofia de vida. Els encanta aprendre diversitat d'idiomes segons les seves destinacions i col·laborant amb persones i empreses de tot el món.

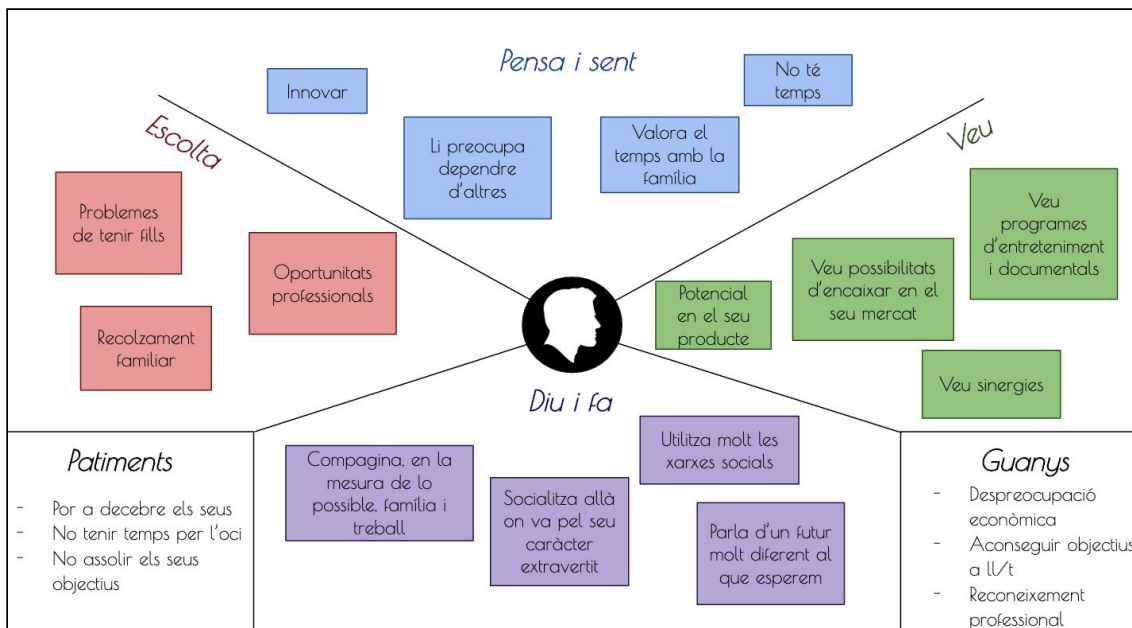
Les seves pors es basen en el fet que els serveis adquirits per a les seves properes destinacions no assoleixin les expectatives, que es produeixi alguna pèrdua d'equipatge en alguns dels seus desplaçaments i/o que el seu ordinador o dispositiu de treball tingui algun problema informàtic.

En darrer lloc, quant als guanys que espera obtenir aquest públic, destaca la creació de nous projectes potencials. També busquen un reconeixement internacional, és a dir, fer-se veure i donar-se a conèixer de forma internacional mitjançant treballs en cada país que viatja. En última instància, el guany que a nivell general més esperen assolir és l'enriquiment personal i professional que aquest tipus de vida els pot aportar.

D'aquesta anàlisi es pot extreure que aquest públic presenta unes característiques idònies per considerar-nos un servei de referència, ja que són persones l'eix de la vida professional dels quals professional és un ordinador, una connexió a internet i una comunitat amb qui socialitzar.

Un altre públic objectiu és el format pels **turistes de congressos** i es diferencia de l'anterior per les seves característiques i l'entorn:

### Empathy map 3: Turistes de congressos



Font: elaboració pròpia

En aquest empathy map es poden observar les considerables variacions respecte a l'anterior. Com s'ha explicat anteriorment, el target és diferent: es tracta de persones amb més anys d'experiència o bé que estan involucrats de ple en un projecte o treballen a una empresa que els fa viatjar per assistir a congressos o similars.

En general, aquestes persones pensen que no tenen temps suficient quan es tracta de compaginar la vida laboral amb la familiar i oci, per això valora el temps amb la família i depèn d'ella, dels seus amics, de l'empresa on treballa o dels patrocinadors que té. Innovar és el motiu clau pel qual es va als congressos, ja sigui per exposar un projecte nou com per extreure'n noves idees. Per tant, el públic que assisteix en gran part són persones amb un alt coneixement d'innovació en els seus àmbits.

Al ser persones més madures, algunes escolten els problemes de tenir fills tant seus com d'altres companys de feina i com la seva família els recolza en les seves decisions. Per últim, destaquen les oportunitats professionals que els poden aparèixer, com per exemple un ascens o l'aparició d'un nou patrocinador.



Per altra banda, sempre veuen potencial en els seus productes (els hagin creat o no ells de primera mà), tenen confiança en ell i el saben vendre. Per tant, veu com pot encaixar en el mercat i poder tenir sinergies en el cas que ho necessiti. Es comporta de manera corrent, mirant programes d'entreteniment i documentals.

Pel que diuen i fa, són persones que saben utilitzar les xarxes socials i els donen un ús intens quan volen. Són persones extravertides i sociables que compaginen la vida laboral amb la social o familiar. Parlen del canvi constant gràcies a les innovacions que apareixen contínuament.

Les pors d'aquestes persones estan totalment vinculades amb la possibilitat de decebre els seus en qualsevol aspecte, ja sigui per no realitzar bé un projecte com per no compartir el seu temps amb ells.

Quant als guanys, són persones amb independència econòmica que han aconseguit reconeixement professional i tenen propòsits a llarg termini per aconseguir els seus objectius.

En últim lloc, una deducció que traiem és que es tracta d'un públic objectiu amb més responsabilitats i que ja han entrat d'alguna manera al mercat tant amb els seus productes com amb els de l'empresa on treballen i, a més, volen emprendre noves accions per millorar i innovar, sempre intentant reservar cert temps per a l'oci i la família.

Les persones que intervenen en el procés de compra del servei del CREC Coliving són majoritàriament les mateixes persones que faran ús d'aquest servei. No obstant, el públic no emancipat requerirà d'ajuda de familiars més propers. També poden influir en les decisions recomanacions d'amics o coneguts.

També cal destacar que qui compra el pack de congressos són empreses que no actuaran com a usuaris finals, però sí tenen el poder de decisió, mentre que l'usuari final simplement acata tal decisió.

#### 4. MODEL DE NEGOCI

El model de negoci que segueix el CREC Coliving és un model directe i habitual en el qual es produeix un intercanvi de servei i diners. En aquest sentit, el coliving ofereix, principalment, estada per als hostes que suposa la principal font d'ingressos. També n'obté d'altres de manera secundària, gràcies als serveis extres que els colivers poden escollir, com serien la neteja, bugaderia, transport fins l'aeroport o disposar de més hores d'ús de les nostres sales de reunió.

Per omplir estades, també es disposa del pack de congressos, que seran de durada més curta. De fet, és l'únic pack que permet una estada inferior a una setmana. Un extra que pot tenir una persona que adquireix aquest pack és el servei de transport, ja que la resta d'activitats estaran disponibles per a tots els hostes.

L'empresa CREC té varis patrocinadors: Moritz, Café Saula i Lleuresport. Seria interessant que aquests també patrocinin el CREC Coliving. A continuació, es detalla la manera que té cadascun d'ells de donar suport a l'empresa:

Moritz dóna suport de diferents maneres: aporta el seu producte gratuït a les instal·lacions dels CREC Coworkings, fa aportacions econòmiques i, per últim, crea un concurs anual en el qual tothom que es trobi desenvolupant un projecte es pot presentar i dos d'ells resulten guanyadors. Aquests són premiats amb un espai per treballar durant un any amb les despeses de lloguer del CREC cobertes per tal de poder donar forma al seu projecte sense preocupacions.

Café Saula aporta producte gratuït als CREC Coworkers<sup>2</sup> i fa retribucions econòmiques.

Finalment, Lleuresport s'encarrega de processos generals interns de l'empresa com són la contabilitat, recursos humans i laborals i I+D. A canvi, tenen al CREC la seu de








---

<sup>2</sup> Coworker: membre que pertany i fa ús dels serveis d'un Coworking.

la seva empresa, tot i pagar lloguers en altres espais necessaris pel desenvolupament de les seves tasques.

Seguidament, es planteja el model de negoci del CREC Coliving mitjançant el model Canvas, on s'expliquen tots els aspectes més rellevants.

Model Canvas 1: CREC Coliving

<p><b>SOCIS CLAU</b> </p> <p>El nostre soci clau és <b>LLEURE ESPORT</b> que s'encarrega de moltes funcions internes de l'empresa. També tenim els patrocinadors que proporcionen productes gratuïts (cervesa i cafè) Altres principals proveïdors o contractats seran l'empresa encarregada de la reestructuració de la nau, l'empresa on comprarem el mobiliari i les empreses de subministraments (aigua, llum, internet i gas)</p>	<p><b>ACTIVITATS CLAU</b> </p> <p>Formació dels community builders. Revisió de tots els canals de comunicació amb regularitat. Portar una bona comptabilitat per tal de reduir costos.</p>	<p><b>PROPOSTES DE VALOR</b> </p> <p>El CREC Coliving té dues propostes de valor que li permeten fer front a la competència.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establir un bon equilibri qualitat preu. La competència té una mitjana de 1.000€ mensuals per habitació privada.</li> <li>- Aconseguir sinergies entre els colivers i els coworkers del CREC mitjançant els community builders.</li> </ul>	<p><b>RELACIONS AMB ELS CLIENTS</b> </p> <p>La relació amb els nostres clients serà molt propera, ja que, necessitem estar per ells, per tal que els puguem ajudar a fer sinergies amb altres.</p>	<p><b>SEGMENT DE CLIENTS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emprenedors, creadors d'una start-up i autònoms que estan vivint amb els pares i es volen emancipar.</li> <li>- Persones treballadores a empreses on no els fa falta assistir a un lloc fix de treball però necessiten un lloc per viure i treballar o bé són nòmades digitals.</li> <li>- Persones en transició han de canviar de vivenda i mentre el coliving és una opció.</li> <li>- Públic de congressos, tant empresaris com persones que hi volen assistir.</li> </ul>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compra de la nau</li> <li>- Reestructuració de la nau</li> <li>- Costos salarials (neteja, manteniment i community builder)</li> <li>-Costos de subministraments</li> </ul>		<p><b>FONT D'INGRESSOS</b> </p> <p>La font d'ingressos principal ve donada pel lloguer de les habitacions del coliving i els dos secundaris són els següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Serveis extres</li> <li>- Patrocinadors</li> </ul>		

Font: elaboració pròpia

## 5. PROPOSTA DE VALOR

### 5.1. LOGO I ESLÒGAN

En aquest apartat es tracta la identitat de l'empresa i la imatge que aquesta dona a nivell conceptual i visual. Els colors corporatius del logo i, per tant, de l'empresa CREC, són els mateixos: el negre i el blanc; una proposta que, lluny d'arriscar-se, busca la serietat professional i l'elegància que transmet aquesta combinació. Tot i així,

cada coworking s'ha apropiat d'una tonalitat de color diferent per representar el "seu" coworking, diferenciant-se de la resta i mantenint sempre el disseny del logotip.

En el cas del CREC Coworking Eixample, el color escollit és el taronja, que utilitza en parets de les instal·lacions, en "botons" de la seva pàgina web i en algunes promocions, fent el canvi del color negre del logotip al taronja. Es mostra a continuació:

Imatge 2: Logotip oficial CREC Eixample



Font: <https://coworkingspain.es/espacios/coworking/barcelona/crec-coworking-eixample>

Pel que fa el color del CREC Coworking Poble Sec, el color blau cel (molt clar) és l'escollit per representar-lo: un color que, en algunes ocasions, ha utilitzat en el logotip, sense modificar l'estètica i posicionament dels elements del propi logo però sí el color negre, que sempre està present de forma física en les seves instal·lacions de Poble Sec. És el següent:

Imatge 3: Logotip CREC Poble Sec



Font: <https://coworkingspain.es/espacios/coworking/barcelona/crec-coworking-poble-sec>

Finalment, el CREC Sabadell, al tractar-se d'un cas més recent, no han desenvolupat per el moment un logotip amb el color representant d'aquest coworking, és a dir, el

color beige. No obstant, aquest color ha estat utilitzat, al igual que en el del Eixample, en campanyes promocionals i en els “botons” de la pàgina web que enllacen amb els seus serveis o que, simplement, en fan esment.

A continuació, es mostra el logo del CREC Coliving, representat amb el logo oficial de l'empresa CREC amb una modificació en la part inferior, incloent el model de negoci en qüestió, “Coliving”, ja que considerem necessari fer la diferenciació visual sent CREC, fins ara, una empresa únicament vinculada als coworkings. Aquesta paraula, coliving, apareix amb un petit detall en la lletra “O” representant una lluna, és a dir, la nocturnitat que caracteritza el nostre servei i es diferencia dels coworkings. El color del logo busca respectar els colors corporatius de l'empresa (blanc i el negre). No obstant, de la mateixa manera que cada coworking té assignat un color específic, CREC Coliving utilitzarà el color verd per a promocions, instal·lacions i totes aquelles activitats que requereixin un element decoratiu o visual. El motiu d'elecció és sobretot per la seva proximitat amb la natura, vegetació, salut i tranquil·litat, conceptes que volem relacionar amb la nostra marca.

Imatge 4: Logotip CREC Coliving



Font: elaboració pròpia fent modificació del logotip oficial del CREC

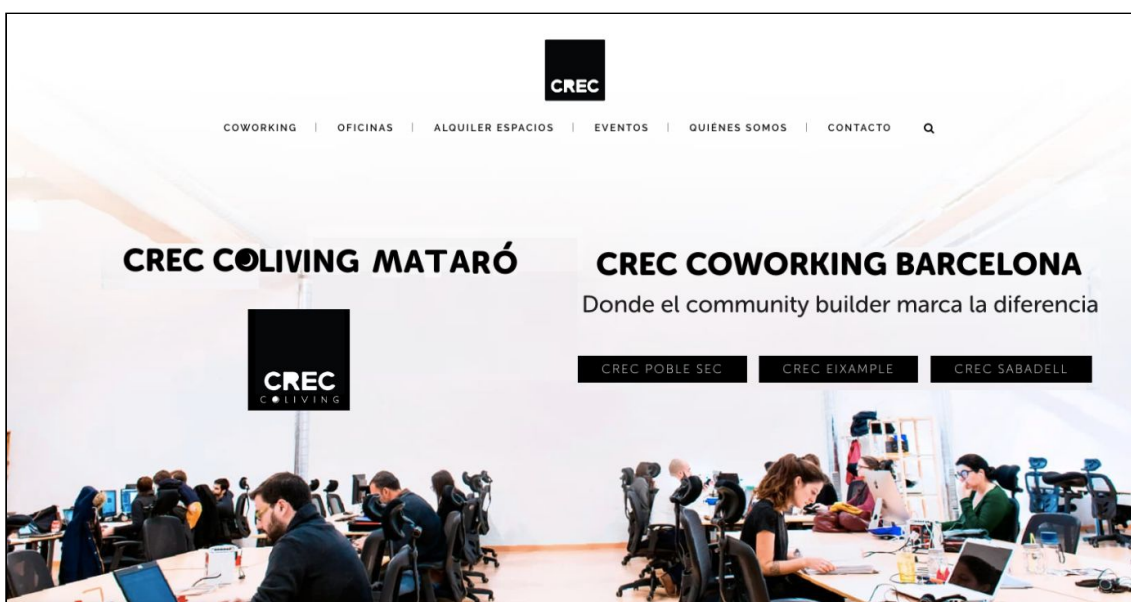
Pel que fa a l'eslògan, mantindrem l'establert per l'empresa CREC, és a dir, “Donde el community builder marca la diferència” ja que és el tret diferenciador que millor representa la filosofia de l'empresa, centrada principalment en el tracte al client i sempre preocupats pel benestar del nostre coliver. L'utilitzarem en aquelles

promocions on vulguem marcar diferència respecte a la competència i en aquells portals web on es pugui incloure un distintiu en forma de text.

## 5.2. PÀGINA WEB

Un cop mostrat com queda el logo, es mostra com és la pàgina web del CREC en la qual els usuaris trobaran la informació i podran fer la reserva.

Imatge 5: Pàgina web CREC



Font: <https://crec.cc/> amb modificació d'elaboració pròpia

CREC Coliving pertany a la mateixa empresa i els serveis vénen relacionats, s'aprofitarà la mateixa pàgina web del CREC Coworking, ja que aquesta compta amb unes visites constants. En aquesta pàgina principal es diferencia el coliving dels coworkings per tal d'eliminar possibles confusions. A més, segueix la mateixa imatge que ja té assolida l'empresa.

### 5.3. PLÀNOLS

Per tenir una millor idea de com es troba estructurat el CREC Coliving, s'exposen, a continuació, els plànols fets per una aparelladora (Patricia Sánchez Gómez) amb la qual hem estat treballant conjuntament per tal de poder fer una residència real i viable amb les idees que nosaltres i les persones enquestades tenim sobre un coliving còmode i amb privacitat. Els següents plànols es troben en una mida reduïda, tot i que si es desitja visualitzar-ho amb més detall, es pot consultar l'Annex.

Plànol 1: Planta inferior CREC Coliving



Font: l fet per Patricia Sanchez amb la nostra ajuda.

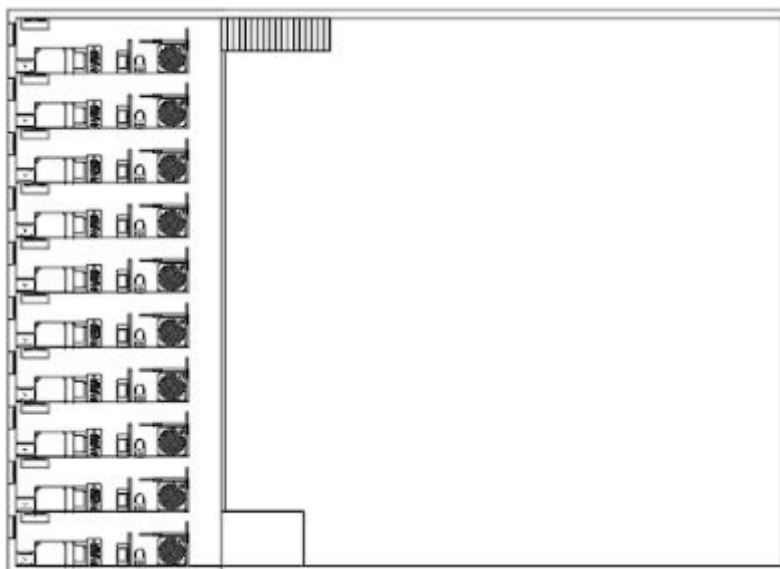
Aquest plànol mostra la planta baixa de la nau amb una entrada oberta a la dreta. Un cop s'entra en l'habitable, el primer que s'observa és un espai obert amb taules per treballar. A l'esquerra, hi ha dues oficines on poder fer reunions amb clients i, al costat, una sala per fer conferències o posades en comú en les quals es necessiti un projector. Per últim, a un costat trobem els lavabos, sense necessitat d'haver de pujar les escales (que es troben a l'altra banda) o el muntacàrregues (al costat dels banys).

S'ha ideat així per tal que si acudeix a una reunió una persona externa no necessiti entrar a les zones d'oci més privades per tal d'arribar al lavabo.

La part de treball es troba diferenciada de la zona d'oci o de vida quotidiana amb una gran paret, per no barrejar espais. A l'altra zona, trobem la cuina amb dos fogons, dues neveres dobles, dos forns i dos microones a disposició de tots els colivers. És una zona oberta amb taules per menjar, un billar i la sala d'estar que inclou sofàs, butaques, taules i una televisió. En l'habitació tancada es troben les rentadores, assecadores i estris de neteja.

Per últim, en aquesta planta trobem un pati intern. Hem aprofitat que s'ha de canviar el sostre i que la segona planta no ocupa tota la superfície que la primera per tal de fer-lo més petit i tenir una zona oberta. En el pati interior hi haurà una barbacoa, una taula per menjar i una zona estil "chill out"<sup>3</sup> amb un arbre per tal de facilitar el descans i relaxació dels usuaris. En aquest lloc hi viurà un gos per demostrar que som "pet friendly" (de la mateixa manera que ja ho és el CREC Coworking).

#### Plànol 2: Planta superior CREC Coliving



---

<sup>3</sup> Chill out: zona destinada a que, mitjançant la il·luminació, color i decoració favoreixi la relaxació.



### Vista ampliada d'una habitació



Font: fet per Patricia Sanchez amb la nostra ajuda.

Aquí es mostra la segona planta del coliving, en la qual es troben les habitacions, l'entrada del muntacàrregues i de les escales. Les habitacions mesuren 14 metres quadrats i tenen l'espai suficient per anar amb cadira de rodes. Les portes són corredisses i, un cop oberta aquesta, hi ha un passadís. A l'esquerra es situa el lavabo, format per un lavabo i plat de dutxa a l'altura del terra. Seguint per aquest passadís, a l'esquerra es situa una pica i, just davant, un armari, per aprofitar bé l'espai. L'armari queda de capçalera del llit de 90 cm x 2 m i, als peus del llit, un sofà petit. Al davant del sofà s'hi col·loca una televisió amb una taula plegable per si es vol treballar o menjar en aquest lloc.

## 5.4. CONCLUSIONS

Com s'ha esmentat anteriorment, actualment existeixen 19 coliving al nostre país, dels quals 4 d'ells es troben a Catalunya, repartits a Barcelona, Calafell i el Montseny. Aquests 4 últims, tot i que tots són competència, serien els colivings dels quals més ens interessa diferenciar-nos i convertir aquella persona que estigui buscant aquest model d'habitatge-oficina en el nostre client potencial per davant dels nostres competidors. És per això que una de les nostres propostes de valor consisteix principalment a oferir un òptim equilibri qualitat-preu.

Quant a la qualitat del producte, destaca que aquest coliving proporciona a l'usuari coliver, com ja hem mostrat en el plànols de l'anterior apartat, la intimitat d'una habitació i d'un bany privat, tot i compartir els espais comuns com la cuina, menjador, oficina i sala d'estar. Aquesta característica qualitativa guanya valor quan es complementa amb el preu, ja que, com més endavant es detallarà en l'apartat de competència, dels nostres competidors més significatius, tots ells ofereixen les habitacions privades per una mitjana de 1.200€ mensuals i CREC Coliving oferirà

aquest mateix producte/servei per un import inferior, la qual cosa ens diferencia de la competència per preu. En el testeig, amb les enquestes, veiem que els preus que posen els enquestats per viure al coliving és dispers, ja que es tracta de persones amb oficis i sous diferents, però volem posar un preu que doni beneficis i no es quedi massa enrere de la competència ja que també prioritzen la privacitat de tenir una habitació individual.

Una altra proposta de valor remarcable és el tracte al client en l'àmbit personal i laboral: disposarem d'un community builder, una persona serà l'encarregada de la coordinació i gestió tant del personal com de totes aquelles problemàtiques que no tinguin una directa relació amb neteja ni amb manteniment, vetllant d'aquesta manera pel bon funcionament i el benestar dels seus membres a més de ser el responsable d'establir sinergies amb altres membre del CREC Coworking en el cas de veure una oportunitat de crear llaços beneficiosos per ambdues parts.

A més, és el propi CREC Coworking un element important a tenir en compte perquè al tractar-se d'una nova línia de negoci d'aquesta empresa, com hem vist en la pàgina web o amb l'apartat visual o d'imatge de la marca, utilitzem la seva força, públic i repercussió per entrar al mercat de la millor de les maneres, proporcionant, per mitjà de totes aquestes propostes, una combinació d'habitatge i oficina de treball a unes tipologies de turisme actualment en augment i a un molt accessible públic local.

## 6. COMPETÈNCIA

La següent taula mostra tots els colivings que es troben situats a Espanya, per tal de tenir una idea més detallada de la competència:

Taula 1: Competència

<b>Nom</b>	<b>Ubicació</b>	<b>Capacitat</b>	<b>Preu/mensual</b>
<b>Sende</b>	Senderiz	20	-
<b>CoworkingC - The Roof</b>	Las Palmas	7	936€ - 1.170€

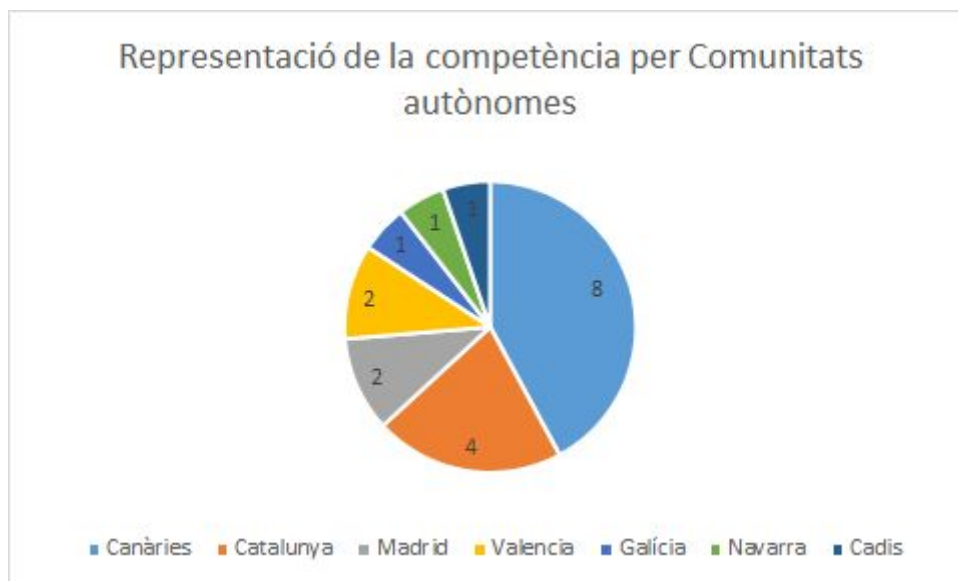
<b>Nine Coliving - La Orotava</b>	Santa Cruz de Tenerife	12	765€ - 1.857€
<b>Sund and Co</b>	Xàbia	16	669€ - 1.672€
<b>ReStation - Miller</b>	Las Palmas	10	803€ - 1.605€
<b>Restation - Raymond</b>	Las Palmas	8	1.204€ - 1.605€
<b>MyCO Living -PQ7</b>	València	5	530€ - 725€
<b>Kalart</b>	Parc Natural del Montseny	5	613€ - 892€
<b>Coasis</b>	Calafell	7	647€ - 1.014€
<b>A Landing Pad</b>	Barcelona	11	1.003€ - 1.449€
<b>Restation - Viriato</b>	Las Palmas	2	952€
<b>Can Serrat</b>	El Bruc	9	993€ -1.354€
<b>CoworkingC - The Mansion</b>	Las Palmas	7	1.014€
<b>Akora</b>	Madrid	20	2.809€
<b>Urban Campus Mellado</b>	Madrid	-	700€ - 790€
<b>Casa Iriarte</b>	Artajona	-	-
<b>La Cocotera</b>	Tarifa	12	1.200€
<b>Coworking in the sun</b>	Puerto de la Cruz	3	961€
<b>The Hub</b>	Fuerteventura	50	1.655€ - 3.679€

Font: elaboració pròpia

Els 4 apartats de la taula han sigut escollits per tal de representar els aspectes més importants a tenir en compte sobre la nostra competència. La ubicació ens ajuda a tractar, com a competència els colivings més propers a nosaltres i poder descartar-ne

d'altres per llunyania. Per altra banda, la capacitat ajuda a mostrar com nosaltres ens trobem respecte a la mitjana i, finalment, el preu ens dóna una referència de quin hem de tenir nosaltres per tal de desbancar la resta com una competència.

Gràfic 1: Representació de la competència per comunitats autònomes.



Font: elaboració pròpia

En primer lloc, podem dir que la majoria de colivings es troben situats a Canàries i, per tant, no representen competència directa, ja que els quilòmetres que ens separen són un gran factor pel client a l'hora d'escollir el seu allotjament. Amb els colivings de Navarra, Cadis i Galícia ocorre el mateix. A més, el coliving de Galícia és més especialitzat, no seria exactament el mateix concepte que nosaltres.

La Cocotera, que es troba situat a Cadis té un preu elevat d'entrada perquè també ofereix serveis de turisme i oci en el pack. En el nostre cas, tindrem un preu serà estàndard i cada membre de la nostra comunitat podrà optar a serveis d'oci, turisme o privilegis (sala de reunions sense límits o servei de neteja) a lliure elecció, incrementant el preu inicial. El coliving de Navarra també queda descartat per ser un estil diferent del nostre; està ubicat en un entorn rural allunyat dels centres de negocis i, com a conseqüència, es pot dir que es dirigeix a un públic diferent.

Quant als colivings de Madrid, destaca Akora, que és un bloc d'apartaments amb zones comunes i té un gran potencial però el preu és molt elevat. Pel que fa a Urban Campus Mellado, va ser un dels primers colivings d'Espanya i ronda un preu mitjà correcte però, tant les habitacions com els lavabos són compartits.

El coliving de València Sun and Co té una estreta relació amb els responsables del Crec coworking i és per aquest motiu que estudiarem l'opció d'ajudar-nos mútuament, fent una promoció o menció del coliving amic quan els hostes volguin buscar un altre lloc.

A continuació, es detalla de manera més específica la competència més propera i, per tant, la que considerem com competència directa:

A Landing Pad és un coliving amb bones instal·lacions situat en el nucli urbà de Barcelona, la qual cosa provoca que el preu sigui més elevat. Les habitacions semblen còmodes però no tenen serveis complementaris (com pot ser un escriptori) i l'entrada a moltes de les habitacions es fa des de la terrassa, la qual cosa podria provocar molèsties a l'hoste que vol descansar si hi ha persones fent soroll a la terrassa. Per tot això, creiem que les persones interessades en formar part de la comunitat de A Landing Pad són un públic que li dóna més importància a allotjar-se a la ciutat de Barcelona.

Kalart es troba situat al Parc Natural del Montseny, un lloc idíl·lic per estar i desconnectar, només té una capacitat per a 5 persones les quals han de ser un target diferent al nostre ja que es troben en un lloc destinat a projectes principalment relacionats amb l'art.

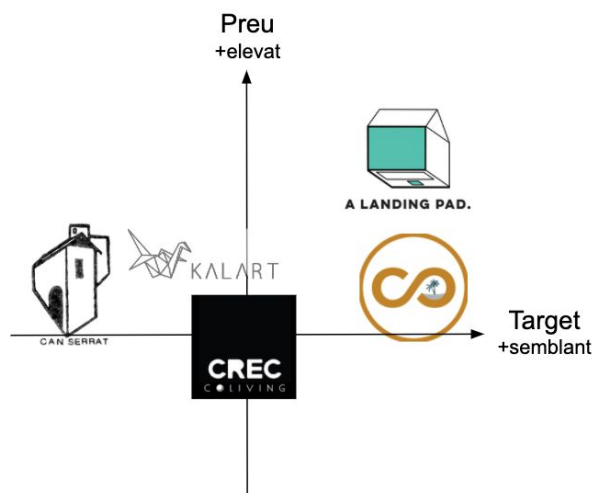
Can Serrat es troba al Bruc, és un coliving totalment destinat a les arts (escriure, dibuixar, etc.). Aleshores, el target és molt diferent del nostre.

En darrer lloc, trobem el coliving situat a Calafell, Coasis. El considerem la major competència, ja que els serveis que ofereixen a més de les instal·lacions són molt bons, tot i que totes les habitacions i banys són compartits per dues persones.

Amb tota aquesta informació, destaca el fet que el nostre coliving competirà per preu i qualitat ja que tant les habitacions com els banys són individuals i les instal·lacions seran noves.

Hem volgut fer una matriu dels competidors que es troben més a prop nostre, és a dir, els que es troben a Catalunya. Els paràmetres que hem utilitzat són el preu i el target al que van dirigits. Posant de base del preu el nostre al igual que el target. En aquesta matriu es veu com Can Serrat es troba fora del quadrant del target per que el seu públic és específic per artistes, Kalart també és surt ja que el seu públic es pot assemblar però en la majoria dels casos no serà així, pel que fa a A Landing Pad el preu és més elevat encara que el target és molt similar i el que ens fa la competència més directa és Coasis (és el que es troba a Calafell)

Matriu 1: Diferenciació amb preu i target



Font: elaboració pròpia en base a les dades de cada coliving: <https://canserrat.org/es/>, <https://www.kalart.org/>, <https://www.alandingpad.com> i <https://coasiscoliving.com/>

Per tot això, després de la petita introducció de cada coliving, podem dir que la màxima competència seria A landing pad i Coasis ja que són els més propers i on es poden dur a terme les mateixes tasques que a CREC Coliving, així que seguidament

mostrarem una petita taula en la qual es mostren com són en les xarxes socials, el reconeixement que tenen en elles i una visualització de les seves pàgines web.

Taula 2: Xarxes socials de la competència més propera

	Instagram seguidors	Instagram seguits	Facebook
Coasis	690	661	613
A Landing Pad	1.020	953	907
CREC	1.920	821	3.821

Font: elaboració propia

Pel que fa a l'ús de xarxes socials, s'observa que només n'utilitzen 2: instagram i facebook. A Landing Pad també s'anunciava a la pàgina web google plus però ja no existeix. En la taula, es compara amb l'empresa CREC, ja que finalment el coliving serà una extensió d'aquesta. Cal remarcar que CREC també utilitza linkedin i twitter.

Ambdues empreses competidores tenen més seguidors que seguits i una mitjana de quantitat similar de seguidors en les dues xarxes socials. A landing pad té més seguidors que Coasis, però Coasis va obrir les seves portes a l'octubre de 2019 mentre que el de Barcelona té les primeres opinions al maig del 2017. Ambdues tenen una puntuació de 5 sobre 5 en les opinions de facebook, Coasis sobre 6 opinions i A landing pad sobre 20 (tornar a influir el factor temporal).

Els dos portals web dels colivings estan en anglès. Tot i saber que és l'idioma universal, nosaltres pensem que és millor que estiguin en més idiomes. Pel que fa a la informació que ofereixen està ben referenciada i és fàcil de trobar i accessible. El coliving Coasis té, a més, un blog, encara que sense repercussió: no hi ha cap comentari en els articles publicats.

Per altra banda, tenir patrocinadors és bo per fer-se més visible, a més del que aporta econòmicament a l'empresa. Cap de les dues empreses en té, mentre que CREC sí i, a més, compta amb més seguidors a les xarxes socials i persones que utilitzen el coworking que poden estar interessades en viure al coliving. Per aquest motiu, creiem que es faria molt visible i podria avançar ràpidament la competència.

Pel que fa al turisme de congressos, es tracta d'un dels turismes més rendibles del nostre país però sobretot de la nostra ciutat mare, Barcelona, sent aquesta la ciutat que més congressos i convencions va acollir en el territori espanyol l'any 2018. Entre Barcelona i Madrid acumulen el 43% del total de convencions a Espanya.

El Maresme també té la seva importància en aquest àmbit, a menor escala. Aquesta àrea costera té una sèrie d'atractius que el turisme de negocis i de congressos valora i, en molts casos, fa decantar la balança de la decisió al seu favor. Aquests atractius no són altres com la ubicació estratègica (és a dir, a 30 minuts de Barcelona i a 45 dels principals aeroports), les òptimes comunicacions de la zona, un magnífic entorn natural i clima, una gastronomia de qualitat, una llarga tradició vitivinícola lligada a la DO Alella, una cultura viva i una gran riquesa patrimonial, entre d'altres. La ciutat de Mataró, a més, és una localitat reconeguda com ciutat de la ciència i la innovació. En altres paraules, es tracta d'una ciutat líder que promou un canvi de model econòmic basat en el coneixement, la innovació, la investigació i el desenvolupament. Cal destacar també l'àmplia i reconeguda infraestructura hotelera i d'allotjament centrada a Mataró i els seus voltants, un estil d'allotjament divers i de qualitat amb hotels de diferents categories que suposen la competència més directa de cara al nostre Coliving.

Així doncs, destaquem els hotels més reconeguts de la zona de la ciutat de Mataró, on el nostre públic turístic acostuma a dirigir-se quan acudeix als seus respectius congressos.

- Hotel Atenea Port Mataró: Hotel de 4 estrelles situat al passeig marítim de Mataró, al costat de la platja. Des de 72€ la nit.



- URH Ciutat de Mataró: Hotel de 4 estrelles situat al carrer Camí Ral, al costat de l'autopista. Des de 50€ la nit.
- New Hotel Colón: Hotel de 3 estrelles situat al carrer Colón, al costat de la nacional. Des de 45€ la nit.

Quant als hotels més utilitzats per aquest turisme de congressos a Barcelona, són molt nombrosos. S'ha escollit com a competència aquells que són més freqüentats per aquest públic, ja sigui per ubicació com per prestigi, i que són hotels d'entre 4 i 5 estrelles:

Propers a Plaça d'Espanya:

- Hotel Villa Emilia (4 estrelles). Des de 91€ la nit.
- Vincci Mae (4 estrelles). Des de 92€ la nit.
- Golden Tulip Barcelona (4 estrelles). Des de 66€ la nit.
- Eurostars Grand Marina Hotel GL (5 estrelles). Des de 126€ la nit.
- Nobu Hotel Barcelona (5 estrelles). Des de 216€ la nit.

Propers a Plaça Catalunya:

- Hotel Villa Emilia (4 estrelles). Des de 91€ la nit
- Ilunion Almirante (4 estrelles). Des de 61€ la nit.
- Ako Suites Hotel (4 estrelles). Des de 85€ la nit.
- Eurostars Grand Marina Hotel GL (5 estrelles). Des de 126€ la nit.
- Eurostars Bcn Design (5 estrelles). Des de 105€ la nit.

Tots ells són hotels que generalment no tenen preus inferiors als 60€ la nit, és a dir, estem davant d'un públic que no té inconvenient en gastar una quantitat de diners prou significativa tractant-se d'una o dues nits.

Així doncs, el CREC Coliving té com a objectiu o com a principal motivació per aquest públic oferir un servei diferent i personalitzat i, lluny de diferenciar-se en preu, oferir una sèrie d'avantatges que fins ara no eren conscients que un allotjament podria tenir i, d'aquesta manera, millorar la qualitat de la seva experiència.

## **7. GRAU D'INNOVACIÓ/ADEQUACIÓ REAL DE LA IDEA DE NEGOCI**

En aquest cas, la innovació és per a l'empresa CREC, ja que els colivings i la idea de coexistir i treballar en el mateix àmbit utilitzant la tecnologia ja existeix.

Les persones que fan ús de colivings mostren el seu interès en realitzar sinergies amb altres professionals però alhora hi troben dificultats. En general i focalitzant-nos en la competència anteriorment analitzada, els colivings utilitzen, únicament, els seus propis membres dels seus colivings per realitzar sinergies entre ells i, per tant, resulta un ventall de possibilitats molt limitat i és sobretot aquí on volem centrar-nos.

En el nostre cas no seria tan complicat, ja que el gran nombre d'usuaris dels coworkings de l'empresa CREC, és a dir, els 189 coworkers repartits per totes les seves oficines compartides, de professions diverses i molt diferents, també poden crear aquests tant desitjats llaços professionals amb el membres del CREC Coliving.

D'aquesta manera, i diferenciant-nos així de la resta de competidors, els colivers augmenta la diversitat de professions entre els membres de l'empresa CREC i sobretot augmenta les probabilitats de trobar una persona amb qui complementar-se per avançar i evolucionar en els seus respectius projectes.

Tal i com avança el món, és un fet real que de cada cop es fa més ús de les tecnologies i és més complicat trobar un lloc on viure i que també permeti treballar en ell. Per tant, la idea de un coliving s'ajusta a les necessitats de la població.

A més, no sembla que aquesta tendència pugui canviar. De fet, en un futur no farà més que augmentar les facilitats de treballar fora de les oficines de treball i les tecnologies que així ho permeten. Això provocarà CREC Coliving en surti beneficiat.

## **8. PLA DE MÀRQUETING**

### **8.1. PORTAFOLI DE SERVEIS**

L'empresa CREC actualment disposa de tres productes de la mateixa base CREC coworking, situats en diferents llocs: un a l'Eixample, altre a Poble Sec i l'últim a Sabadell.

Aquests coworkings es diferencien entre si per l'espai de què disposen. Per aquest motiu, cada un ofereix diferents serveis/productes. Al de Poble Sec tenen oficines, sales de reunió i formació, sales de teràpia, estudi de fotografia i espai per a esdeveniments; al de l'Eixample, sales de reunió i formació i oficines; al de Sabadell, oficines i sales de reunió i formació. Encara que comparteixen la manera de llogar els espais, tots tres tenen la tarifa flex, que significa que els usuaris no tenen un lloc fix a la taula i es van col·locant on prefereixin o on hi hagi espai, per ordre d'arribada, i tenen 3 hores per fer ús de les oficines. També disposen de la tarifa fix, pensada per a aquelles persones que volen tenir el seu lloc fix on poder tenir els seus objectes (com pot ser el seu ordinador si no volen utilitzar un del CREC) i tenen més hores de sales de reunió (4 hores, concretament). Finalment, existeix una tarifa que només comparteixen el CREC de Sabadell i el de Poble Sec, que en el cas del de Poble Sec es diu CREC Open Corporate. Amb aquesta, els membres tenen al seu abast una oficina amb posició fixa per a 4 persones mínim i personalització de l'espai amb la imatge de la marca.

Amb qualsevol d'aquestes tarifes, tenen a l'abast armariets personals, identificació a la web, integració a la comunitat virtual, acompanyament i assessorament i els serveis que es veuen a la imatge següent.

### Imatge 6: Serveis del CREC

 <b>WiFi + Ethernet 600Mb</b> Internet d'alta disponibilitat gestionat amb Cisco – Meraki	 <b>Una gran comunitat</b> Més de 200 professionals ja treballen al CREC. Uneix-te!	 <b>Community Builders</b> La clau del nostre coworking. Un servei personal i accessible.	 <b>Dos espais a Barcelona</b> Tu escull: Centre de Barcelona o Poble Sec.
 <b>Espais amplis</b> Sales de reunions, skype rooms, estudi de foto o espais de relaxació.	 <b>Esdeveniments en comunitat</b> Vermuts, sopars o workshops on crear noves connexions.	 <b>CREC Connect</b> Et connectem amb perfils que aporten un plus al teu projecte.	 <b>Mil i un recursos</b> Impressora, fotocopiadora, escàner o recollida de paquets.
 <b>Pet friendly</b> Si el teu company pelut és educat, al CREC és benvingut.	 <b>Sense permanència</b> Renova la teva tarifa mes a mes avisant amb 30 dies d'antelació.	 <b>Flexibilitat</b> Gaudeix del millor servei, tinguis la tarifa que tinguis.	 <b>Seguretat</b> Els teus equips estan assegurats i vigilats amb càmeres de seguretat.

Font: <https://crec.cc/ca/sabadell/>

També ofereixen experiències o workshops. D'experiències es pot trobar des d'un tour pels graffitis de Barcelona com viure la verema, que són diferents activitats que s'ofereixen dins la web del CREC per fomentar l'oci dels socis. Pel que fa als workshops, són conferències que ofereixen als coworkers de forma gratuïta però no per a la gent interessada que no és usuària del CREC.

A continuació mostrem una taula dels preus pels diferents productes que es troben als CRECs:

Taula 3: Preus segons productes i CRECs

\*Tots els preus són sense IVA

	CREC fix	CREC flex	Oficina
CREC coworking Eixample	250€*	185€*	X
CREC coworking Poble Sec	185€*	135€*	500€*
CREC coworking Sabadell	230€*	185€*	600€*

Font: elaboració pròpia

Amb la creació del CREC Coliving, la seva cartera incrementa donant cabuda a un nou producte lligat a la base de coworking però amb la dificultat de la gestió de persones que hi habiten i hi poden romandre les 24 hores del dia, fet al qual no hi estan acostumats, ja que fins ara sempre ha sigut un horari d'oficines on els usuaris hi estaven de passada encara que fossin fixes.

En el producte bàsic tens al teu abast:

- Habitació pròpia amb bany, escriptori i butaca: una habitació individual de 14 m2 on, a més del llit individual, es disposa d'un escriptori i butaca, però sobretot la comoditat d'un bany privat dins la pròpia habitació.
- Zones comunes: el coliver pot fer un ús il·limitat de les zones comunes com són la cuina, el menjador, la sala d'estar, la sala de treball, pati intern o la zona d'oci.
- Sala de reunions i conferències: ús limitat d'aquests espais degudament adequats per a les seves funcions.
- CREC Coworking: ús dels dos coworkings de Barcelona i del coworking de Sabadell, tant de les instal·lacions com oficines de treball i les sales de reunions (avisant amb antelació).

La base de preu del CREC Coliving és la mateixa per a tots els hostes (proporcionalment) però existeix la possibilitat d'afegir serveis extres com són:

- Hores extres de les sales de reunió
- Servei de neteja per habitació
- Bugaderia
- Transport

De la mateixa manera que al CREC Coworking, el CREC Coliving disposarà dels següents productes i serveis a l'abast dels seus colivers:

- Impressora, fotocopiadora i escàner.
- Wifi i Ethernet (fibra òptica)
- CREC Connect
- Pet friendly
- Sistemes de seguretat
- Community Builder
- Esdeveniments en comunitat

Finalment, existeix el pack de congressos que inclou l'estada els dies dels congressos, amb possibilitat de ser allargada sempre que hi hagi disponibilitat. Aquest pack inclou:

- Benvinguda per part del community builder
- Número de telèfon del community builder
- Visita guiada pel CREC Coliving
- Disposició de mapes de transport públic
- Dinar o sopar amb la resta de colivers

Sempre es podran contractar serveis complementaris o extres com són:

- Recollida i devolució a l'aeroport o al mitjà de transport públic utilitzat
- Servei de Paddle Surf, Bateig de busseig i cursos de vela
- Circuit Spa a l'Hotel URH Ciutat de Mataró
- Tast de vins a Alella (D.O.)
- Graffiti Tour en bici per Barcelona

## 8.2 PLA DE COMUNICACIÓ PRIMER ANY

### 8.2.1 PROCÉS DE COMUNICACIÓ

El procés de comunicació es divideix en tres etapes: pre, durant i post venda.

La primera etapa del procés, anomenada etapa “pre”, consisteix a donar-nos a conèixer per mor de la recent incorporació al mercat del nostre producte, el coliving. Per tal d’arribar al nostre públic objectiu realitzarem una sèrie de campanyes de comunicació per mitjà de les xarxes socials, principalment Instagram i Facebook, i publicarem mitjançant el SEM a Google. Concretament, es tracta d’utilitzar una paraula clau com seria “Coliving” per posicionar-nos al capdavant de les cerques. A més, farem una impressió de 50 cartells publicitaris que repartirem pel centre d’estudis universitaris Tecnocampus i, en concret, als edificis destinats a les incubadores on tenim públic potencial per al nostre producte.

En el cas del turisme de congressos, la publicitat “pre” variarà, ja que destinarem més inversió al Google Ads per aparèixer en les cerques relacionades variant les paraules clau depenent del congrés i farem un contrapès amb les xarxes socials com Facebook (que compta amb 2.320 milions d’usuaris) i Instagram (amb 1.000 milions). En les campanyes publicitàries que utilitzarem apareixeran persones amb trets més formals respecte al codi de vestimenta, de manera que sigui més visible de cara a les empreses. A més, serà primordial mostrar els espais de treball i les activitats que es proposen per abans i després d’anar al congrés.

En la segona etapa, en la qual els nostres clients ja són colivers, passarem enquestes valoratives del nostre servei amb una freqüència mensual i de manera anònima, per tal de rebre feedbacks i determinar què és el que més valoren els usuaris un cop utilitzat el servei. A més de l’enquesta, també els donarem la opció de realitzar propostes de forma oberta sobre possibles canvis tant del producte com del servei que oferim. Tant les enquestes com aquestes propostes es tramitaran per correu electrònic.

També tindran al seu abast el community builder, a qui podran adreçar-se en relació a qualsevol dubte o queixa i en qualsevol moment.

Quan arribi un hoste amb un pack de congressos, a part de la rebuda i benvinguda com a tots els colivers, se li explicarà les activitats proposades durant el temps de la seva estada i se li oferirà el plànol informatiu on apareixerà el que l'empresa ha contractat per a ell o que ell mateix ha contractat, amb els horaris corresponents del congrés i de les activitats concertades, en el cas de tenir-les.

Cal destacar que per a tots els hostes hi haurà benvinguda i sopar o dinar per conèixer la resta de la comunitat.

Per tal de crear "loyalty"<sup>4</sup>, volem premiar els nostres clients amb diferents serveis segons veiem que és el que més utilitzen. En altres paraules, si una persona adquireix habitualment més hores d'oficina, li podríem regalar als sis mesos 6 hores per repartir com vulguin durant els propers 6 mesos. Si una altra persona utilitza el servei de bugaderia, li podríem regalar dos bons per utilitzar en aquest servei. El premi sempre aniria relacionat amb les característiques i comportaments que mostra el coliver cada sis mesos. Els usuaris també poden proposar el premi en un espai obert en les enquestes.

El públic de congressos no tindrà un "loyalty", pel motiu de la seva curta durada. La seva atenció requerirà demostrar estar més presents i intentar avançar-nos a les seves necessitats.

---

<sup>4</sup> Loyalty: incentiu per fidelitzar els clients.



En l'última etapa, la post venda, passarem enquestes a les persones que han utilitzat el nostre coliving, independentment de la durada de la seva estada i, a l'hora de marxa, se'ls farà entrega d'un descompte per a la propera ocasió, que serà proporcional al temps d'estada de cada persona, és a dir:

- Per a estades d'entre una setmana (el mínim) i un mes, el descompte serà d'un 5% en la propera estada.
- Per a estades d'entre un mes i dos, un 7%.
- Per a estades d'entre dos i tres mesos, un 10%.
- Per a estades d'entre tres i cinc mesos, un 15%.
- Per a estades de més de sis mesos, un 20%.

Aquest descompte també podrà ser utilitzat, en la mateixa mesura, en els CREC Coworking, aplicant-se els descomptes anteriorment esmentats a les tarifes que el CREC Coworking disposa. El descompte no serà aplicat al pack de congressos per mor de la seva reduïda durada. En el seu lloc, se'ls obsequiarà amb una activitat que estigui proposada per un dels dies que venen, sempre que hagin contractat tres cops el mateix pack.

Cal destacar que l'enquesta serà enviada a la persona que ha utilitzat el servei, a més de a l'empresa que ens ha contractat, ja que volem assegurar-nos de si la transacció ha estat correcta, sense problemes i s'han pogut resoldre els dubtes.

En darrer lloc, es realitzaran campanyes de mailing informatives i recordatòries a tots els colivers (o empreses, en el cas que el contractant no hagi estat el mateix que el beneficiari) que hagin deixat d'utilitzar els nostres serveis i als nous membres de la comunitat CREC, ja que quan acceptin la política de privacitat del coworking entraran a la base de dades de la empresa. Aquests mails tindran una freqüència mensual (concretament, a finals de mes) i d'un mes abans de cada congrés important amb una publicitat distinta i especialitzada.

L'objectiu perseguit amb la publicitat estàndard és aconseguir més colivers amb una estada superior a la que es realitza per un congrés. L'altre tipus de publicitat és enfocada a la persona que s'ha posat en contacte amb nosaltres per contractar un pack de congressos, a les quals els anunciarem els congressos més propers amb pack i preu corresponent.

### **8.2.2 CANALS DE COMUNICACIÓ**

CREC Coworking, en aquests moments utilitza les xarxes socials instagram, linkedin, twitter i facebook, un blog, la pàgina web pròpia i pàgines web especialitzades en colivings per tal de donar-se a conèixer.

Amb les xarxes socials, el retorn que tenen d'informació és el més ampli ja que ens podem fixar en el nombre de seguidors o de "m'agradaes" que tenen, a més de poder obtenir les opinions dels usuaris. És possible la creació d'un barem de les persones que estan més interessades i que visiten més el perfil de la xarxa, i sempre hi ha una persona disponible per contestar tant a les opinions i comentaris com als missatges privats que els puguin arribar.

El blog també pot donar informació sobre els interessats, ja que poden comentar els articles i el community manager o la persona que ha escrit l'article els pot contestar.

A la pàgina web, CREC Coworking dóna en el seu contacte per tal d'oferir ajuda si l'usuari té qualsevol dubte o el coworker vulgui ser informat sobre quelcom tema relacionat amb el coworking. Se'ls pot solucionar qualsevol mena de dubte via correu electrònic.

Per tot això, pensem seguir el mateix patró amb el coliving i obtindre la major part d'informació dels usuaris per mitjà de les xarxes socials i poder comunicar-nos mitjançant tots els canals esmentats.

Com que el coliving és un producte nou, requereix certa especial atenció i un gran impuls. Per aquest motiu, es penjarien cartells al centre d'estudis universitaris Tecnocampus, ja que és un lloc on hi ha molts alumnes amb idees i que estan realitzant projectes a la incubadora i nosaltres som una opció viable per a ells. Les xarxes socials del CREC també s'ompliran de notícies sobre la nova apertura del nou centre, a més de posar cartells als tres CREC's per veure si algun coworker es vol convertir en coliver.

Tant a facebook com a instagram farem campanyes publicitàries per tal de donar a conèixer el coliving d'una manera seriosa però alegre alhora.

### **8.2.3 PRESSUPOST I TIMING DEL PRIMER ANY**

Principalment, el pressupost està destinat a quatre elements diferents: impressió de cartells, mailing, campanyes de visualització per xarxes socials i pàgina web. A continuació es desglossa cadascun d'ells.

- Impressió de 50 cartells: pixartprinting.es fa 50 còpies per 30,31€ i l'elaboració del cartell la fa una artista (Irene Castillo) que encara està estudiant i és freelance per 100€. → 130,31€ total.  
Aquests cartells s'imprimiran 4 vegades el primer any. En el primer es mostrarà una fotografia virtual del coliving i s'anuncia la seva inauguració. En el segon es recordarà de nou la inauguració, ja que el CREC Coliving estarà a punt d'obrir les seves portes. En el tercer, que serà al setembre, anunciarem la tornada de les vacances amb un missatge referit a la tornada a la feina i explicant que no hi ha lloc millor per tornar a treballar que el CREC Coliving. Per últim, a finals d'any, es transmetrà el missatge amb la idea de "passar Nadal treballant és millor si tens companyia".
- Mailing: per a la seva creació utilitzarem pàgines web gratuïtes com mailchimp.com i els enviarem un cop al mes.
- Google Ads per posicionar la pàgina web, al tractar-se d'una paraula "específica", el cost per click seria entre 50 i 80 cèntims.

Finalment, es realitzaran les campanyes a les xarxes socials, tant a Instagram com Facebook. LinkedIn també és útil i en tindrem però no farem publicitat per aquesta via.

Seguidament, es resumeixen les campanyes que es faran durant el primer any:

- Campanya 1: Mostra virtual de les instal·lacions del coliving.
- Campanya 2: Vídeo amb preguntes diferents que fan una introducció a que la resposta sigui el CREC Coliving, com per exemple: T'agrada tenir un lloc on viure i treballar?, T'agrada fer comunitat?, T'agradaria viure prop de la platja?, T'agradaria viure en un lloc on les teves aptituds professionals poden prosperar ràpidament?, Posa't en contacte amb el CREC Coliving.
- Campanya 3: Un vídeo on es veuen els tres CREC Coworking i que es deixi veure que amb aquesta experiència es forma el CREC Coliving.
- Campanya 4: Vídeo explicatiu sobre què és un coliving i els seus avantatges.
- Campanya 5: Quan l'obra estigui pràcticament acabada, mostrarem com estan quedant les instal·lacions.
- Campanya 6: Vídeo a càmera ràpida de com una persona arriba al coliving, coneix la resta de colivers i fan un dinar. Això mostrarà com són les instal·lacions acabades i com pot ser la vida al coliving.
- Campanya 7: Anunci de portes obertes per veure les instal·lacions i menjar càtering.
- Campanya 8: Mostra d'un vídeo amb un coliver jugant amb un gos al pati interior mentre té el portàtil sobre la taula de fora.
- Campanya 9: Vídeo on s'esmenta que arriba la festa major de Mataró i al coliving també farem festa.
- Campanya 10: Vídeo a càmera ràpida de com un coliver està treballant i de cop començar a recollir i se'n va cap a la platja.
- Campanya 11: Vídeos testimonials del colivers que han estat a les instal·lacions.
- Campanya 12: Concurs de Moritz per guanyar 4 mesos gratuïts al coliving pels millors dos projectes que els hi arribin. Es tracta d'una campanya que fa Moritz i nosaltres compartirem.

- Campanya 13: Vídeo resum de tots els congressos pròxims que hi haurà i el CREC Coliving ofereix el seu pack.
- Campanya 14: Vídeo del community builder parlant amb els colivers i motivant-los. Finalment es veu l'eslògan "Donde el community builder marca la diferencia".
- Campanya 15: Vídeo amb animació esquemàtica que reflecteix la unió de dos projectes i el progrés d'aquest.
- Campanya 16: Vídeo on es mostra la zona de treball i persones treballant i després com prenen una copa de vi al pati interior.
- Campanya 17: Vídeo amb animació de com arriba una persona amb el pack de congressos, on se'l recull a l'aeroport, arriba al CREC i connecta amb els altres colivers.
- Campanya 18: Fotografies del coliving decorat de Nadal amb els colivers festejant aquesta festivitat.

Per a la realització del timing de les accions, és necessari fer una referència de quan estarà la nau a punt per tal d'oferir el servei. Si tota la planificació es compleix, la nau amb les seves millores incorporades estarà a punt per prestar servei al mes de juny.

Les campanyes estan seleccionades per a cada data tenint en compte el valor que aporten i tindran una duració de dues setmanes.

A la taula següent, quan apareix SEM ens estem referint a quan i quant pagarem pel Google Ads.

A continuació, es mostra la taula del timing amb totes les accions i la quantitat monetària invertida en cadascuna d'elles:

Taula 7: Timing de les accions i la quantitat monetària invertida

	Gener	Febrer	Març	Abril	Mai	Juny	Juliol	Agost	Sept.	Octu.	Nov.	Dec.	Euros
Impressió de cartells	■												130,31
Mailing		■											0
Campanya 1		■											40
Mailing			■										0
Campanya 2			■										40
Mailing				■									0
Campanya 3				■									40
Mailing					■								0
SEM					■								200
Campanya 4					■								80
Campanya 5						■							80
Mailing							■						0
Impressió de cartells								■					130,31
SEM									■				200
Campanya 6										■			50
Campanya 7											■		50
Mailing												■	0
SEM													250
Campanya 8													50
Campanya 9													50
Mailing													0
SEM													250
Campanya 10													50
Campanya 11													50
Mailing													0
SEM													200
Campanya 12													0
Impressió de cartells													130,31
Campanya 13													50
Mailing													0
SEM													100
Campanya 14													50
Campanya 9													50
Mailing													0
SEM													200
Campanya 15													50
Campanya 16													50
Mailing													0
SEM													200
Campanya 17													50
Campanya 18													50
Mailing													0
SEM													200
Impressió de cartells													130,31
													3251,24

Font: elaboració pròpia

La inversió dels primers mesos és més reduïda perquè el coliving encara no estarà obert, tot i voler començar a donar-lo a conèixer. Les xifres van creixent segons s'apropa més la inauguració. Després, mantindrem 50€ per a cada campanya entre les dues xarxes. Aquesta planificació és un supòsit susceptible de ser modificat, ja que en el cas que identifiquem que una de les dues xarxes atreu més clients, s'augmentaria la

seva inversió i es disminuiria d'una altra acció que no funcioni tan bé. En el cas que una acció funcioni molt bé, podria ser repetida en un altre mes o mantenir-la durant més dies.

Per altra banda, invertirem en SEM a partir d'abril perquè la inauguració serà més propera. A partir de llavors, mantindrem una inversió mensual de 200€ menys al juny que serà de 250€ perquè a l'estiu la gent vol anar de vacances i a nosaltres se'ns obren les portes per atreure més als nòmades digitals.

El total d'aquesta inversió és de 3.251,24€.

### **8.3 CANALS DE DISTRIBUCIÓ**

Quant als canals de distribució, destaquem que el nostre producte/servei es podrà comprar en diferents punts de venda:

1-Presencialment en els 3 coworkings CREC (Sabadell, Poble Sec i Eixample). Considerem que aquesta és una estratègia molt positiva, ja que en aquests llocs s'hi troba un major públic objectiu, ja coneixedor dels avantatges que el coworking proporciona, sobretot a la seva vida professional i, per tant, gràcies a les importants similituds conceptuals i filosòfiques entre coworking i coliving, part del camí per acabar utilitzant els nostres serveis ja el tenen fet. A més, molts d'ells són joves que tenen contractat el coworking per treballar però que no s'han emancipat. És a dir, el perfil que millor s'adapta a les nostres característiques. Aquesta opció es durà a terme a través del community builder del propi coworking.

2-Una altra forma presencial de comprar els nostres serveis serà de forma directa amb el community builder del coliving, que facilitarà el procés de venda.

3-Finalment, de forma online, on hi haurà dos punts de venda possibles: en la pàgina web del CREC Coliving, que permetrà realitzar les reserves i transaccions del servei, i en la plataforma de colivings "coliving.com".

Depenent de la via utilitzada per a la reserva, la manera de procedir serà diferent:

Sempre que es posin en contacte a través de les xarxes socials, la persona encarregada d'atendre proporcionarà al client un número de compte on aquest podrà tramitar el pagament, facilitant també les seves dades a l'hora de fer la transferència, per tal d'evitar possibles confusions.

Fent ús de les pàgines web, es podrà pagar de manera directa mitjançant una targeta de dèbit/crèdit.

Si la reserva es fa en un centre físic del CREC Coworking, el pagament s'haurà de fer efectiu en el mateix centre o bé es té l'opció de fer-lo des de casa a través de la pàgina web. La persona que, en aquell moment, estigui atenent el client, serà l'encarregada d'ajudar-lo en aquest procés, donant totes les indicacions necessàries i donant resposta a possibles dubtes. Tot i disposar d'aquestes dues maneres de pagament, la nostra preferència serà que el client pagui en aquell moment al coworking de manera física, per assegurar-nos de tancar la venda.

En darrer lloc, si la reserva és demanada al community builder, ell podrà posar les dades de la reserva en el programa i aportar el número de compte a la persona interessada, facilitant així el pagament final.

En tots aquests casos, el client és lliure de demanar una reserva i no fer el pagament fins 24 hores després, per tal de disposar de temps per pensar-se la decisió o comentar-la amb alguna altra persona.

També diposarem d'una política de cancel·lació que serà explicada de manera detallada en l'apartat del procés de producció, juntament amb diferents aspectes de la transacció monetària i comunicació amb el client.

Finalment, cal dir que també es considera important que el nostre producte aparegui en cercadors com booking, sobretot encarat al públic de congressos, que pensem que ens pot trobar fàcilment a través d'aquesta plataforma.



La distribució serà mixta ja que tant nosaltres directament com majoristes, pàgines web especialitzades o en alguns moments pàgines com booking, vendran el nostre servei.

Els clients podran comprar el servei desde totes les nostres plataformes per tant serà directa i a la vegada quan ho facin desde les altre pàgines serà indirecta, per això diem que és mixta.

## **8.4 POLÍTICA DE PREUS I PREVISIÓ DE VENDES**

Quant al preu, hem optat per tenir un preu mitjà una mica més baix que el que té el mercat per al servei d'aquesta qualitat. El preu de la competència per una habitació privada amb bany, segons l'anàlisi feta anteriorment en la taula de la competència, és de 1.200€. Nosaltres tindrem un preu de 1.000€ mensuals i 350€ setmanals.

Per als allotjaments dels turistes de congressos, d'estades més curtes, tindrem un preu de 70€ la nit, tenint en compte una mitjana a la baixa dels preus dels hotels de la zona i de Barcelona d'un mínim de 4 estrelles que, segons l'estudi de mercat realitzat, és el tipus d'hotel que freqüenta aquest tipus de públic.

Tot i optar per tenir unes instal·lacions útils i còmodes, considerem la gran importància del community builder, que és una figura present a tots els colivings però, generalment, aquesta persona no compta amb 3 coworkings plens de professionals de diferents sectors, com seria el nostre cas. Llavors, tenim una oportunitat per multiplicar el nombre de relacions professionals, aconseguint sinergies.

Els serveis extres també tenen un cost: el servei de neteja de l'habitació serà de 15€ del qual nosaltres obtindrem un benefici de 5€, el servei de bugaderia dependrà de la quantitat i del tipus de roba i el preu serà de 10€ per ús (el servei inclou rentadora, assecadora i planxa), el transport a l'aeroports d'anada i tornada el preu és de 30€ finalment, el servei d'hores extra d'oficina tindrà un preu de 20€ més al mes, que permetrà tenir hores il·limitades sempre i quan l'espai estigui lliure.

Aquests preus s'aniran revisant segons vagi passant el temps, de forma que es pugui adequar a les demandes dels colivers. Es valoraran els serveis més i menys venuts per ajustar el preu segons les compres i abans de finalitzar l'any es volen modificar els preus.

A continuació, exposem la previsió de vendes:

Taula 8: Previsió de vendes

		Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembr	Decembr	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig
Estància Coliving 1mes	Real	4000	5000	6000	6000	5000	4000	4000	5000	4000	7000	6000	7000
	Objectiu	5000	6000	6000	6000	5000	5000	4000	4000	5000	6000	6000	6000
	%	80%	83%	100%	100%	100%	80%	100%	125%	80%	117%	100%	117%
	Desviació	-1000	-1000	0	0	0	-1000	0	1000	-1000	1000	0	1000
	Acumulat	-1000	-2000	-2000	-2000	-2000	-3000	-3000	-2000	-3000	-2000	-2000	-1000
Estància Coliving 1setmana	Real	2400	3600	3600	3600	2700	3100	2100	2400	2400	3300	3600	3900
	Objectiu	3600	3600	3600	3600	3100	2700	2400	2400	2700	3600	3600	3600
	%	67%	100%	100%	100%	87%	115%	88%	100%	89%	92%	100%	108%
	Desviació	-1200	0	0	0	-400	400	-300	0	-300	-300	0	300
	Acumulat	-1200	-1200	-1200	-1200	-1600	-1200	-1500	-1500	-1800	-2100	-2100	-1800
Pack Congressos	Real	420	420	420	1750	1330	420	420	630	630	1400	1750	1750
	Objectiu	560	560	280	1960	1960	840	560	560	980	1540	1960	1960
	%	75%	75%	1120	89%	68%	50%	75%	113%	64%	91%	89%	89%
	Desviació	-140	-140	1120	-210	-630	-420	-140	70	-350	-140	-210	-210
	Acumulat	-140	-280	840	630	0	-420	-560	-490	-840	-980	-1190	-1400
Servei Bugdèria	Real	120	160	160	160	140	120	80	80	90	240	130	140
	Objectiu	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	120%	160%	160%	160%	140%	120%	80%	80%	90%	240%	130%	140%
	Desviació	20	60	60	60	40	20	-20	-20	-10	140	30	40
	Acumulat	20	80	140	200	240	260	240	220	210	350	380	420
Servei Neteja	Real	300	120	60	135	120	240	300	300	300	420	240	105
	Objectiu	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
	%	200%	80%	40%	90%	80%	160%	200%	200%	200%	280%	160%	70%
	Desviació	150	-30	-90	-15	-30	90	150	150	150	270	90	-45
	Acumulat	150	120	30	15	-15	75	225	375	525	795	885	840
Hores compler. oficina	Real	80	60	20	40	40	60	40	60	60	80	40	0
	Objectiu	40	20	20	60	60	60	60	60	60	40	20	20
	%	200%	300%	100%	67%	67%	100%	67%	100%	100%	200%	200%	0%
	Desviació	40	40	0	-20	-20	0	-20	0	0	40	20	-20
	Acumulat	40	80	80	60	40	40	20	20	60	80	60	
Transport	Real	120	120	60	240	150	120	120	180	180	240	240	240
	Objectiu	120	120	120	180	180	180	180	180	180	180	180	180
	%	100%	100%	50%	133%	83%	67%	67%	100%	100%	133%	133%	133%
	Desviació	0	0	-60	60	-30	-60	-60	0	0	60	60	60
	Acumulat	0	0	-60	0	-30	-90	-150	-150	-150	-90	-30	30

Font: elaboració propia

Les vendes les estimem segons el mes de l'any en què es troben i quant fa que ens trobem oberts. Hem posat com a referència i més d'obertura el juny, per tant encara que haguéssim fet publicitat prèviament no havíem tingut el coliving obert, per tant primerament no es volen agafar moltes reserves per si no es pogués obrir en el moment en el qual s'espera. El nombre de persones que s'allotgen puja més als mesos calorosos, ja que per ubicació, es pot seguir treballant en el coliving però tenir

els avantatges que ofereix viure a Mataró a la primavera, estiu com són la platja i fer vida als carrers. Els mesos de fred o nadal suposem que les estances de més durada poden baixar perquè les persones que viuen lluny de les seves famílies vulguin juntar-se. El mateix comportament el tenim a l'estada d'una setmana. Els serveis extres varien segons la quantitat de colivers que hi hagi en el moment en el qual es mira i se suposa que als mesos de fred el servei de neteja estarà més demandat. Pel que fa al servei de bugaderia també suposem que quan vinguin les persones amb pack de congressos en faran més ús, per tal de tindre tota la roba que necessiten ben planxada. També hem lligat molt el transport amb el pack de congressos, encara que tots els hostes el poden demanar, les empreses que contracten el pack per als seus treballadors ja agafen el pack amb aquest servei.

Els tres primers són considerats els serveis principals. Durant el primer any es tindran pèrdues, si ens basem en els objectius, tot i que no és un fet preocupant ja que és comú durant la primera etapa d'un negoci en la qual s'està donant a conèixer el producte/servei.

Els serveis extres o complementaris que són els quatre restants, no s'observen pèrdues en front els objectius, però no sobrepassen massa les projeccions.

## **8.5 ANÀLISIS DE LES 4P'S AMB LES 4C'S**

En primer lloc, farem una anàlisi de les 4P's, que després transformarem a les 4C's, ja que aquesta última és la visió més viable des del punt de vista del client (en el nostre cas, del coliver).

- 4P's

Taula 9: 4P's

<p><b>PRODUCTE</b></p> <p>El producte és un coliving situat a Mataró. Es basa en un edifici on els colivers tinguin un lloc de residència i on poder treballar d'una forma còmoda, traient endavant els seus projectes a més de crear sinergies amb altres empresaris mitjançant el community builder.</p>	<p><b>PREU</b></p> <p>El preu de la compra de la nau industrial és de 310.000€ i una reforma, equipament i llicències de 192.564€.</p> <p>Community Builder: 530€ nets/mes                  Administratiu: 600€ nets/mes                  Manteniment: 175€ nets/mes                  Serveis professionals independents: 500€/mes</p> <p>Els serveis extra costaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bugaderia 7,5€</li> <li>- Neteja habitació: 10€</li> <li>- Hores il·limitades sala reunió: 0€</li> <li>- Benvinguda aeroport 20€</li> </ul>
<p><b>DISTRIBUCIÓ</b></p> <p>El nostre producte es podrà comprar en diferents punts de venda. Presencialment en els 3 coworkings CREC on un community builder facilitarà el procés de venda i, de forma online es podrà comprar des de la pàgina web del CREC Coliving i des de la plataforma de colivings, coliving.com.</p>	<p><b>PROMOCIÓ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Xarxes socials, Instagram i Facebook.</li> <li>- <a href="https://crec.cc/">https://crec.cc/</a> pàgina web de l'empresa.</li> <li>- Pàgines especialitzades en colivings com <a href="https://coliving.com/">https://coliving.com/</a>.</li> <li>- Cartells publicitaris en les universitats.</li> </ul>

Font: elaboració propia

Les 4P's són les que van més dirigides a l'empresa, per tant com a producte trobem el servei que dóna que resumint és el CREC Coliving, pel que fa al preu és el cost que té l'empresa per poder donar cada servei, en la distribució trobem els punts de venda del servei i per últim a la promoció és des de quins medis ens volem donar a conèixer.

- 4C's

Taula 10: 4 C's

<p><b>COLIVER</b></p> <p>El target de l'empresa és un públic d'entre 25 i 35 anys que principalment no està emancipat. Per això, desitgen tenir independència, un lloc on poder viure i treballar. D'aquesta manera, poden créixer professionalment desenvolupant els seus projectes i coneixent persones que els puguin ajudar i fer sinergies.</p>	<p><b>COST</b></p> <p>El preu de la contractació dels nostres serveis és de 1000€ mensuals, 350€ setmanals o 70 diaris només pel pack de congressos, una quantitat definida a partir dels preus de la competència. Existeix la possibilitat d'incrementar el preu amb serveis extra:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Bugaderia 10€</li><li>- Neteja habitació: 15€</li><li>- Hores il·limitades sala reunió: 20€</li><li>- Benvinguda aeroport 30€</li></ul>
<p><b>COMUNICACIÓ</b></p> <p>L'empresa CREC disposa de 4 xarxes socials; LinkedIn, Instagram, Twitter i Facebook. Totes elles faciliten la comunicació amb els nostres clients, a més de servir per poder rebre feedback. Mail, telèfon i presencialment als coworkings també són vies de comunicació amb els nostres futurs colivers.</p>	<p><b>CONVENIÈNCIA</b></p> <p>Possibilitat de contractar el nostre servei en qualsevol moment i lloc des de la pàgina web del CREC Coliving o la plataforma de colivings sense la necessitat presencialitat en el procés de compra.</p>

Font: elaboració pròpia

Com ja hem dit abans les 4C's són les enfocades al coliver. Primerament trobem el consumidor (coliver) en el que hem definit el target, en el cost és el que pagarà el coliver per cada servei, en la comunicació tenim totes les xarxes en les que es poden dirigir a nosaltres i els podem retornar una resposta, per últim com el nostre servei el poden contractar des de varies plataformes per tal de que el coliver estigui còmode i tingui facilitats.

## **9. PLA D'OPERACIONS**

### **9.1 PROCÉS DE PRODUCCIÓ DEL SERVEI**

A continuació, s'introduirà breument la instal·lació requerida per poder desenvolupar i dur a terme el projecte en qüestió, especificant la localització geogràfica de la nau així com les seves característiques:

#### **Localització geogràfica:**

La localització seleccionada per a la construcció i desenvolupament del coliving per oferir el nostre servei ha sigut el Maresme, en concret, Mataró. S'ha escollit aquesta localitat, que és referent al Maresme i que disposa d'una llarga sèrie de recursos i facilitats que ajudaran a agregar-li un atractiu més al nostre servei.

Més concretament, s'ha elegit situar el coliving al barri de L'Havana, al carrer Herrera, número 47.

#### **Avantatges i desavantatges de la localització triada:**

Es tracta d'una zona escollida amb deteniment, que recull diferents característiques beneficioses per al CREC Coliving. Per altra banda, presenta possibles punts desfavorables que poden afectar negativament al desenvolupament del nostre projecte. Tots aquests, tant positius com negatius, es comenten a continuació:

**Principals avantatges:**

- Fàcil comunicació i accessibilitat
- Proper al mar i a la muntanya
- Proper a l'estació de tren de Mataró (15 min caminant)
- Proper a l'entrada i sortida la l'autopista C-32 (5 min en cotxe)
- Proper a la Nacional II
- Proper a Barcelona (A 20 min en cotxe o 30 min en transport públic)
- Mataró és una de les ciutats amb un major equilibri entre qualitat de vida i serveis que ofereix el territori
- Cambina la tranquil·litat d'un poble i els recursos d'una ciutat
- Centre d'estudis universitaris Tecnocampus
- Ajuntament amb capacitat i intencionalitat de posar en marxa projectes nous i ajudar tant a la població com als empresaris.
- Comerços propers a la nau

**Principals desavantatges:**

- No hi ha aparcament proper
- No hi ha gimnàs proper
- El centre d'estudis universitaris Tecnocampus es troba a l'altre extrem de la ciutat
- Autopistes de pagament
- Farmàcia més propera a 10 min caminant

**Edificis i terrenys necessaris:**

Hem escollit una nau industrial d'una superfície total de 714 m<sup>2</sup> modificada i adaptada per a un correcte desenvolupament de les activitats realitzades al seu interior, com són pernoctar i treballar. Aquestes dimensions permeten que el total dels 10 colivers es moguin amb llibertat i facilitat per l'interior de la nau i tinguin separada la zona dormitori de la zona de treball i esbarjo.

Un altre espai necessari és el destinat a les oficines: utilitzarem les oficines del propi CREC, que no es trobaran al coliving.

### Procés de servucció:

Un cop definit el nostre producte, a continuació es detalla tot el procés, fase a fase, que CREC Coliving segueix a l'hora de produir el seu servei.

El nostre procés de servucció s'inicia quan el client interessat, el nostre futur coliver, ens contacta per mitjà de quatre possibles vies, una de les quals és la contractació del servei, i per tant, de la reserva de la seva habitació. És directe i sense la prèvia comunicació entre el CREC Coliving i el client. Les vies d'aquest **primer contacte** amb el client són les següents:

- Pàgina web del CREC: Aquesta opció és la que es preveu més utilitzada per a la contractació dels nostres serveis. En aquest cas, és el propi client qui entra a la pàgina web del CREC i observa que, a més d'aparèixer els tres coworkings de l'empresa, també es publicita, a través d'un apartat exclusiu, la seva nova línia de negoci CREC Coliving Mataró. El possible client pot consultar tota la informació i preus del nostre servei i té l'opció d'omplir un petit formulari (que ens servirà per conèixer el perfil del client i el seu correu electrònic per la posterior contractació).
- Contacte a través de xarxes socials: Donat que el nostre target principal es troba entre els 25 i 35 anys, considerem que xarxes socials com Instagram o Facebook representen una via de contacte freqüent on aquell interessat en els nostres serveis pot enviar dubtes o consultes en relació al coliving i, posteriorment, la possible contractació dels serveis, que es produiria per mitjà del correu electrònic.
- Presencialment en un CREC Coworking: En cada CREC Coworking, hi haurà un treballador degudament format i informat del funcionament i del procés de contractació del CREC Coliving de Mataró amb qui el client podrà resoldre possibles dubtes que tingui i, si així ho desitja, tenir l'oportunitat de convertir-se en un coliver omplint un petit formulari.



- Contacte mitjançant un coliver: Aquesta via de contacte ens interessa molt exprimir-la en la mesura del possible, ja que el boca-orella té un gran potencial en el nostre cas. Tot coliver tindrà al seu abast el contacte de telèfon del Community Builder, un contacte que podrà compartir amb aquelles persones que consideri que recullen les característiques idònies per viure en el CREC Coliving o que simplement volen ser informades per una font directa.

En cas que el client, ja realitzat el primer contacte, no mostri interès i decideixi no adquirir el nostre servei, se li podrà enviar un mail informatiu de forma mensual a més d'un correu addicional en aquells mesos que disponguem d'ofertes puntuals, ja que ens haurà facilitat prèviament la seva adreça de correu electrònic.

Un cop establert el primer contacte amb el client, passem a realitzar un **tracte més proper i personalitzat**, per tal de fer-lo sentir còmode i escoltat. Aquesta segona fase de contacte la realitzarem preferentment per telèfon. Si aquesta opció no resulta, optarem per contactar amb el client via Whatsapp, sempre buscant una comunicació menys formal. Si aquesta via tampoc funciona, contactarem via correu electrònic.

Si el client segueix interessat en contractar els serveis del CREC Coliving després d'haver intercanviat impressions amb nosaltres, passem a la **reserva de l'habitació i del període** elegit. En aquesta fase, la comunicació es dona cara a cara en el cas de les contractacions per mitjà del CREC Coworking (presencial) o per mitjà del community builder (de forma presencial o telefònica). Per altra banda, en el cas de les contractacions per mitjà de les xarxes socials o pàgina web, ho tramitem via correu electrònic, un correu que el client interessat ens haurà facilitat ja sigui presencialment com online en la primera fase de contacte per mitjà del formulari via online o de les dades extretes per part del CREC Coworking o del Community Builder. En aquest intercanvi de mails demanarem les dates concretes de la seva estància i aquelles dades identificatives necessàries per realitzar la reserva, a més de realitzar la transacció monetària per tancar el tràmit. El termini límit de la reserva serà de 24h, és a dir, un cop tancada la reserva del client, aquest tindrà un total de 24 hores per fer el

pagament de l'estància. Si en les últimes 5 hores del termini encara no s'han iniciat les transaccions pertinents, enviarem un mail informant del temps restant. Si finalment decideix no pagar, se li facilitarà el procés de cancel·lació i preguntarem el motiu pel qual ha decidit no seguir.

Existirà una política de cancel·lació estàndard, com als hotels.

- Cancel·lació feta 15 dies abans, s'aplica un recàrrec d'un 10%.
- Cancel·lació feta de 3 a 14 dies abans de l'arribada, s'aplica un recàrrec de la meitat del preu d'una setmana.
- Cancel·lació feta de 0 a 2 dies abans de l'arribada, aplica un recàrrec del preu d'una setmana sencera.

En gairebé tots el casos es farà el recàrrec tenint el període d'una setmana com a referència, tot i que la seva reserva cancel·lada sigui de més temps. Es considera que amb aquests són suficients per no perdre diners, poder tornar a posar l'habitació en lloguer i conscienciar als clients de no fer reserves sense pensar-ho amb antelació.

En el cas del pack de congressos s'aplicarà un recàrrec sobre el preu del propi pack, en comptes del preu d'una setmana, pel motiu de la seva curta durada.

Una vegada el client arriba a les nostres instal·lacions per tal de començar a utilitzar els nostres serveis, serà el moment de realitzar el "**check-in**" al CREC Coliving. Aquest procés consisteix bàsicament en:

- Benvinguda al coliving
- Omplir documents identificatius
- Mostrar habitació
- Mostrar zones comunes
- Entrega de les claus del Coliving
- Presentació de tots els colivers
- Entrega de "house guide"<sup>5</sup> (físic i digital)

---

<sup>5</sup> House Guide: normatives d'ús i convivència en el coliving

- Entrega de document de punt d'interès de Mataró (físic i digital)
- Entrega de mapa Transports Públics (físic i digital)
- Resolució de dubtes
- Organitzar dinar o sopar “de família”.

Un cop arribat a aquest punt, al període de l'**estància**, el client ja disposarà de tots els serveis del Coliving i podrà gaudir-los en la seva totalitat durant el temps prèviament acordat. En qualsevol moment tindrà a la seva disposició el contacte del Community Builder per realitzar consultes o xerrar en cas de necessitar-ho.

Passat el període d'estància, un cop conclòs el temps que el coliver havia decidit passar al CREC Coliving, es procedeix a fer el “**check out**”. En aquesta etapa, es realitzarà el comiat del coliver amb totes les tasques pertinents que això suposa:

- Meeting amb Community Builder
- Devolució claus
- Omplir documents Check-out
- Comiat dels colivers i del Community Builder

En última instància, tot i que el següent procés s'aplicarà també durant l'etapa d'estància, farem un **loyalty**, ja que volem premiar els nostres clients amb diferents serveis, segons les seves preferències, la coneixença de les quals vindrà donada per l'observació dels serveis que més utilitzen i, fins i tot, a través de les propostes que ells mateixos facin a través de les enquestes, segons el que els convingui. La finalitat d'això és personalitzar el premi en funció de les seves exigències o necessitats. Aquest procés de loyalty no serà explicat de manera detallada en aquesta etapa, ja que s'ha explicat en el procés de comunicació.

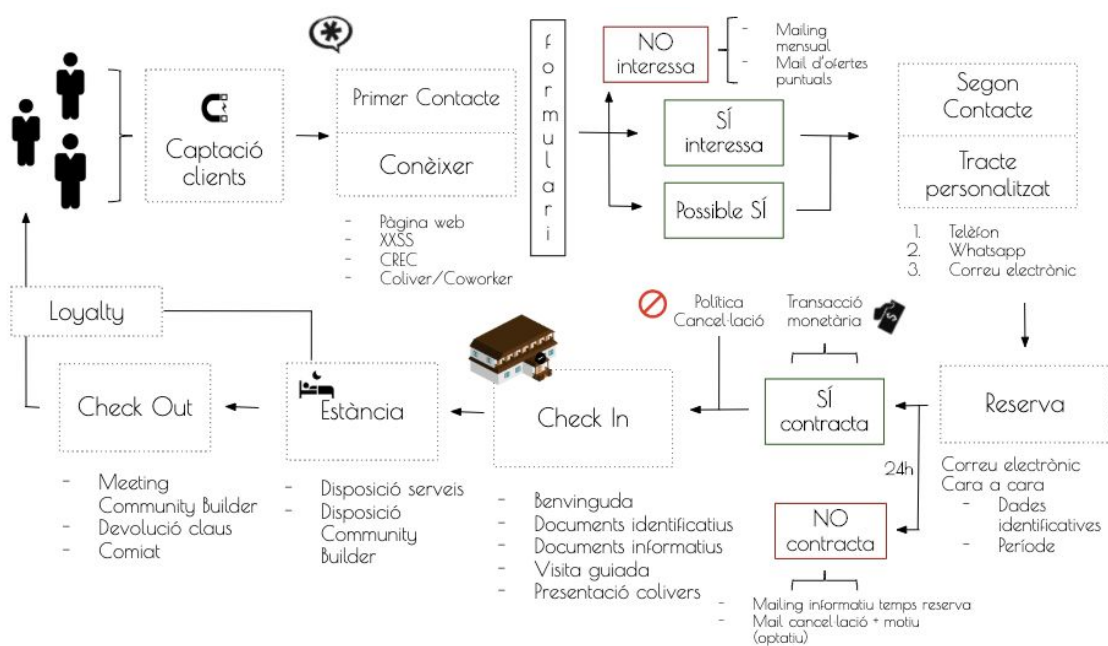
No obstant això, es creu necessari destacar que, un cop ja finalitzada l'estància i el check out, es seguirà amb el **loyalty**, enviant enquestes a les persones que han utilitzat el nostre coliving, les quals marxaran amb un descompte aplicable tant al

coliving com als CREC coworking per si volen tornar en futures ocasions, que serà proporcional al temps d'estada de cada persona.

Finalment, com també s'ha comentat en el procés de comunicació, es realitzaran campanyes de mailing informatives i recordatòries de forma mensual (i un mes abans de cada congés important) a tots els colivers o empreses que hagin deixat d'utilitzar els nostres serveis i als nous membres de la comunitat CREC.

Per representar de forma visual el procés de servucció, a continuació es mostra el flux d'operacions que respon a les etapes anteriorment explicades:

### Flux d'operacions 1: Diferenciació de les etapes



Font: elaboració pròpia

## 9.2 ACTIVITATS I RECURSOS CLAU

El principal recurs clau és la nau industrial modificada per ser el coliving amb tots els requeriments que comporta. Representa el recurs clau de més inversió, ja que només la nau són 310.000€, que es troba a la venda per l'agència immobiliària BiG serveis immobiliaris, amb la qual els vincles seran únicament per fer la transacció de compra-venda. La posada en marxa de la nau vindrà de la mà de les obres a realitzar per tal d'adequar-la al seu posterior ús. Finalment, comptem amb l'utilitatge i mobiliari de les habitacions i sales comunes .

Un cop acabada la construcció i renovació de la nau industrial, que és el procés més costós i que caldrà vigilar detingudament per tal que s'adeqüi a les comoditats que busquem per als nostres hostes, el personal de contacte que centrarà l'atenció i a qui li volem donar més pes és el community builder.

El community builder és la persona encarregada de motivar i donar suport a tots els membres que formen el coliving. Aquest membre de l'equip té com a objectiu conèixer tots els hostes i els seus projectes, donar recolzament i saber identificar quan un coliver té problemes de motivació o necessita d'una ajuda externa, sent ell un punt clau per poder buscar un altre coliver o coworker que el pugui ajudar, creant així sinergies entre ells. També serà l'encarregat de rebre els nous colivers a les instal·lacions per tal de conèixer, donar les claus i explicar el funcionament i normatives del coliving.

Si aquest community builder no pogués anar a treballar per una baixa, es faria càrrec d'aquesta funció un community builder d'un CREC Coworking. En l'hipòtetic cas que la figura inicial abandonés el càrrec, es procedirà a formar una altra persona mentre rep ajuda dels altres community builders.

La gestió de les reserves també és molt important, però CREC ja disposa d'administratius, informàtics i community managers, els quals s'encarregaran de que totes les reserves siguin viables i resoldre tots els dubtes que tinguin els interessats. Si

aquestes persones no poguessin anar a treballar per una baixa temporal, un treballador en el mateix càrrec substituiria aquesta persona i totes aquelles funcions que li pertoquen. En el cas de renúncia al lloc de feina de manera definitiva, es contractaria una altra persona que tingués els coneixements necessaris pel seu lloc de treball amb una formació impartida per treballadors de la mateixa empresa CREC per tal de mantenir la mateixa filosofia i maneres de fer.

La neteja és un aspecte imprescindible per a la convivència. Per això, hi haurà una persona encarregada de netejar diàriament les parts comunes del coliving. La persona encarregada de la neteja serà contractada per una empresa externa, per tant, si aquesta treballadora no pot venir a treballar, l'empresa contractada serà l'encarregada de substituir-la.

En darrer lloc, en el cas del manteniment, per assegurar que el coliving estigui sempre en òptimes condicions i que es mantingui el bon funcionament tècnic en la nau industrial, hi haurà una persona contractada per una empresa externa, la qual serà contactada pel community builder quan es trobi una incidència que afecti als colivers. El contracte es realitzarà amb l'empresa externa. Així doncs, si el treballador no pot acudir a la feina, serà la pròpia empresa externa qui tindrà la responsabilitat de buscar una solució oferint una altra persona.

### **9.3 PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ**

Quant als recursos necessaris per a la producció del nostre servei, a continuació es divideixen en els material i els immaterials:

Recursos materials:

- Nau industrial a punt: 502.564€
- Mobiliari: 8.496€
- Utilitatge: 2.546€
- EPI: 3.979€

Recursos immaterials:

- Llicències: 2.115€
- Aplicacions informàtiques: 300€ anuals
- Administrador: 700€ bruts al mes
- Community Builder: 600€ bruts als mes
- Directors: 1.456 € bruts als mes
- Community Manager (en funció de vendes)

A continuació, es divideixen en fixes i variables tots els costos que intervenen en la producció o servucció del nostre servei:

Costos fixes:

- Subministraments: 680€/mensuals
- Sous i salaris
- Serveis professionals independents: 500€ mensuals.
- Lloguer pàrquing: 50€ mensuals
- Màrqueting i publicitat: 233€ mensuals
- Assegurança de responsabilitat civil: 379€ anuals

Costos variables:

- Bugaderia: 7,5€/servei
- Transport aeroport: 20€/servei
- Neteja habitació: 10€/servei

## 10. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

### 10.1 ORGANIGRAMA

#### Organigrama CREC:

- CEO: Roman Calavera. Impulsor, principal responsable i gestor de l'empresa CREC i de totes les seves línies de negoci.
  - Director CREC Coworking: Carles López. Màxim responsable de la gestió i direcció administrativa dels tres CREC Coworkings.
    - Community Builder i responsable esdeveniments: Alfredo Vera. Responsable de vetllar pel benestar de tots els coworkers, coneixent-lo, ajudant-lo i creant sinergies entre tots ells i elles i de la realització i gestió d'esdeveniments en comunitat en els tres coworkings.
    - Community Builder i responsable comunicació: Marc Parals. Responsable de vetllar pel benestar de tots els coworkers, coneixent-lo, ajudant-lo i creant sinergies entre tots ells i elles i de la comunicació interna i externa dels tres coworkings.
    - Community Builder Eixample: Gerard Hernandez. Responsable de vetllar pel benestar de tots els coworkers, coneixent-lo, ajudant-lo i creant sinergies entre tots els membres del CREC Coworking Eixample.
    - Community Builder Sabadell: Anabel Valero. Responsable de vetllar pel benestar de tots els coworkers, coneixent-lo, ajudant-lo i creant sinergies entre tots els membres del CREC Coworking Sabadell.
    - Community Builder Poble Sec: Justino Perez. Responsable de vetllar pel benestar de tots els coworkers, coneixent-lo,



ajudant-lo i creant sinergies entre tots els membres del CREC Coworking Poble Sec.

- Manteniment: Alexander. Guardià de les instal·lacions i tots els actius físics involucrats en el desenvolupament de les activitats dels tres coworkings i del coliving.

Serveis subcontractacions i/o col·laboracions amb els nostres coworkers/colivers:

- Neteja: Netsport. Empresa responsable de la neteja de totes les instal·lacions.
- Finances i rhh: Lleuresport. Empresa responsable del departament de finances i de recursos humans de l'empresa CREC
- Contingut comunicació: Duit Studio. Empresa responsables de l'estudi especialitzat en estratègia, disseny i creació de contingut de la comunicació.
- Web: 080 webs. Empresa responsables de la gestió de la pàgina web del CREC.
- SEO i posicionament: Atomic 4. Empresa responsables de maximitzar resultats, aconseguir més trànsit, augmentar converses i multiplicar la visibilitat dels nostres clients.

L'organigrama de l'empresa CREC tot just explicat, és la composició i jerarquia amb la que comptava abans de l'arribada del projecte CREC Coliving i d'aquesta nova línia de negoci, és a dir, només disposaven (i disposen) dels dos coworkings a Barcelona i del coworking a Sabadell. A més, té un seguit d'empreses subcontractadas de forma externa per la realització en diversitat d'àmbits com Neteja o Finances, per exemple.

CREC Coliving, amb la seva arribada, proposa una nova branca en la seva composició empresarial:

#### **Organigrama CREC Coliving:**

- Directors CREC Coliving: Álvaro Hernández i Mariona Valhondo. Impulsors i màxims responsables de la gestió i direcció administrativa del CREC Coliving.

- Community Builder: Senyor/a X. Responsable de vetllar pel benestar de tots els colivers, coneixent-lo, ajudant-lo i creant sinergies entre tots els membres del CREC Coliving i els tres CREC Coworkings.
- Administratiu: Senyor/a Y. Responsable de la gestió administrativa i econòmica del CREC Coliving així com informar i atendre als colivers.
- Manteniment: Alexander. Guardià de les instal·lacions i tots els actius físics involucrats en el desenvolupament de les activitats dels tres coworkings i del coliving.

Serveis subcontractacions i/o col·laboracions amb els nostres coworkers/colivers:

- Neteja: Netsport. Empresa responsable de la neteja de totes les instal·lacions.
- Finances i rhh: Lleuresport. Empresa responsable del departament de finances i de recursos humans de l'empresa CREC
- Contingut comunicació: Duit Studio. Empresa responsables de l'estudi especialitzat en estratègia, disseny i creació de contingut de la comunicació.
- Web: 080 webs. Empresa responsables de la gestió de la pàgina web del CREC.
- SEO i posicionament: Atomic 4. Empresa responsables de maximitzar resultats, aconseguir més trànsit, augmentar converses i multiplicar la visibilitat dels nostres clients.

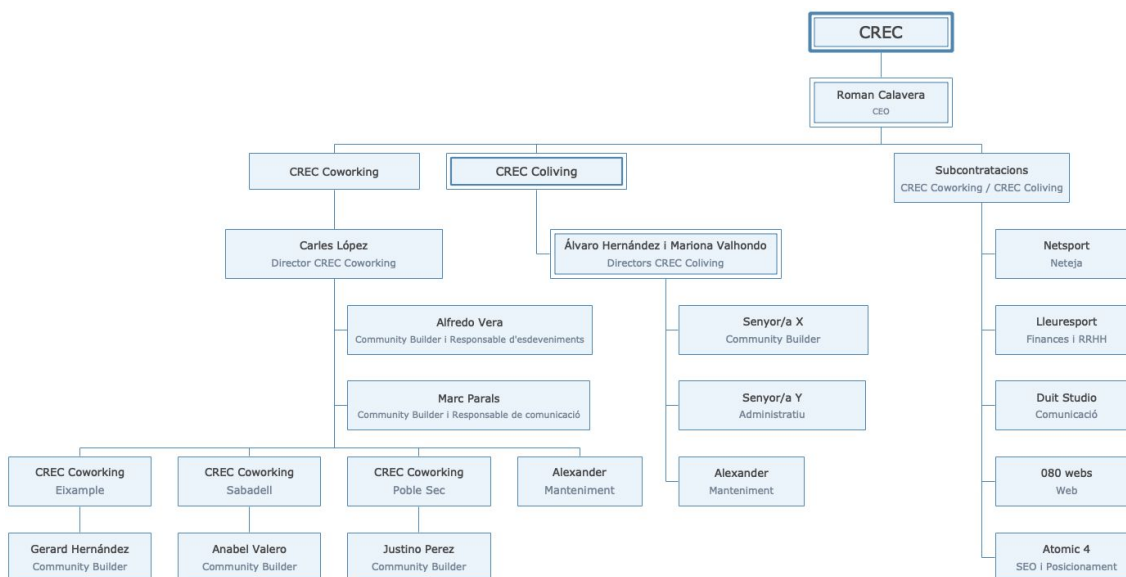
CREC Coliving, com podem apreciar, té com a principals responsables d'aquest línia de negoci als seus impulsors, nosaltres, la Mariona i l'Álvaro. Tant el Community Builder com l'Administratiu son elements indispensables per la posada en marxa del projecte ja que s'encarreguen de les funcions bàsiques i primordials per un correcte i òptim desenvolupament de les activitats del coliving, funcions i tasques que més endavant detallarem. L'encarregat de manteniment, l'Alexander, també serà personal contractat per el CREC Coliving i estarà a disposició en quant necessitem de la seva ajuda.

Cal destacar, també, la disposició amb la que compta CREC Coliving de totes les anteriorment esmentades empreses subcontractades per l'empresa CREC ja que els seus serveis son oferts per a totes les seves instal·lacions.

Per tal d'aclarir l'organització final de l'empresa CREC, tot seguit mostrem l'organigrama complet del CREC juntament amb la seva nova línia de negoci CREC Coliving.

### Organigrama complet (CREC + CREC Coliving):

Organigrama 1: CREC



Font: elaboració pròpia

## 10.2 LLOCS DE TREBALL: FUNCIONS I TASQUES

### Director(s) CREC Coliving (Álvaro i Mariona)

Tasques claus:

- Gestió de l'equip de treball
- Gestió econòmica i pressupostària del CREC Coliving
- Seguiment dels projectes dels colivers (CREC Connect)
- Gestió de nous projectes sorgits de CREC Coliving
- Gestió dels serveis i empreses col·laboradores o subcontractades
- Comunicació d'aspectes de CREC en base a les indicacions del Community Builder responsable.

- Comunicació constant amb Carles López, director dels CREC Coworkings

Competències tècniques clau:

- Titulació en Admistració d'Empreses i (a poder ser) en Turisme
- Maneig d'eines de gestió administrativa
- Coneixedor de la filosofia empresarial del CREC

Competències personals clau:

- Resolutiu
- Analític
- Responsable
- Eloqüent

En la següent taula es pot visionar les hores diàries de treball del director i com les distribueix:

Taula 11: Repartició d'hores de treball dels directors

DIRECTORS	Hores de treball diàries								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
<b>Tasques</b>									
Gestió de l'equip de treball									Sempre
Gestió econòmica i pressupostària	■	■							2 hores
Seguiment dels projectes dels colivers (CREC Connect)			■						1 hora
Gestió de nous projectes sorgits de CREC Coliving				■					1 hora
Gestió dels serveis i empreses externes					■				1 hora
Comunicació amb el community builder						■	■		2 hores
Comunicació constant amb Carles López									Sempre

Font: elaboració propia

Principalment, a més dels directors responsables de la totalitat del coliving, CREC Coliving comptarà amb tres llocs de treball, dos d'ells primordials; l'administratiu i el community builder. El community manager serà una opció en cas que el necessitem.

### Community builder (Senyor/a X)

#### Tasques claus:

- Fer una fitxa per a cada persona que entri al coliving
- Obtenir informació sobre els seus gustos, aficions i treball
- Reunir-se amb els colivers
- Motivar als colivers
- Creació de contactes si així o solliciten
- Crear dinàmiques internes
- Gestió amb els proveïdors que aprovisionen la nau
- Revisió del CRE Coliving
- Mantenir comunicació constant amb els colivers
- Buscar sponsors o partners

#### Competències tècniques clau:

- Determinació per fer plans que agradin als habitants del coliving en el transcurs del temps

#### Competències personals clau:

- Sociable
- Previsor
- Esporàdic
- Organitzat

En la següent taula es pot visionar com el community builder treballa 8 hores diàries i com les distribueix.

Taula 12: Repartició d'hores de treball per al community builder

COMMUNITY BUILDER	Hores de treball diàries								TOTAL	
	Tasques	1	2	3	4	5	6	7		8
Fer una fitxa per a cada persona que entri al coliving	■									1 hora
Obtenir informació sobre els seus gustos, aficions i treball		■	■							2 hores
Reunir-se amb els colivers				■						1 hora
Motivar als colivers		■		■						2 hores
Creació de contactes si així o solliciten					■					1 hora
Crear dinàmiques internes						■				1 hora
Gestió amb els proveïdors que aprovisionen la nau							■			1 hora
Revisió del CREC Coliving								■		1 hora
Mantenir comunicació constant amb els colivers	■	■	■	■	■					5 hores
Buscar sponsors o partners								■		1 hora

Font: elaboració pròpia

Entenem que parlar amb totes les persones del coliving és la seva principal funció diària per tal de conèixer-les i fer les fitxes cada cop que entri o vagi a entrar una persona nova. La funció de motivar, per exemple, o la de mantenir comunicació constant amb els colivers, la pot portar a terme també a la vegada que es reuneix amb ells o intenta obtenir informació. La creació de contactes no serà un treball de cada dia al igual que crear les dinàmiques internes. La revisió de CREC Coliving és una tasca que s'ha de fer diàriament per saber si els manca algun subministrament dels que s'encarrega l'empresa o si la casa es troba adequadament. També volem que s'encarregui de buscar sponsors o partners que ell pensi que poden ser viables i comparteixin característiques.

El community builder haurà de fer un curs impartit pel CREC en el que es mostri la filosofia d'empresa i s'expliqui quines són les seves tasques i la forma de dur-les a terme. El que volem amb això és que la persona entengui la forma de treball del CREC i s'identifiqui amb la seva filosofia per poder-la compartir amb els colivers.

A més de fer un curs online amb euroinnova, un curs complet sobre el tractament de les dades, com tractar als usuaris i com utilitzar l'aplicació Joomla que serveix per la creació de comunitats online. Aquest curs té un preu de 199€, informació extreta de <https://www.euroinnova.edu.es/Community-Builder-Joomla> el 10/04/2020.

Amb aquestes dues formacions el community builder estarà llest per dur a terme el treball, sempre i quan tingui les competències personals adequades.

#### Administratiu (Senyor/a Y)

##### Tasques clau:

- Crear base de dades amb els membres del coliving
- Tramitar factures
- Tramitar gestions, fer nòmines, contractes.
- Fer les reserves i cobraments
- Comunicar al community builder en funció de les noves entrades
- Gestionar calendari administratiu
- Supervisar gestions relacionades amb els comptes del CREC
- Informar i atendre clients

##### Competències tècniques clau:

- Saber idiomes
- Maneig de les eines específiques, informàtiques i professionals
- Titulació en administració

##### Competències personals clau:

- Organitzat
- Meticulós
- Fiabilitat
- Predisposat
- Capacitat de negociació i síntesi

En la següent taula es pot visionar com l'administratiu treballa 4 hores diàries, perquè té contracte de mitja jornada, i com les distribueix.

Taula 13: Repartició d'hores de treball administratiu

ADMINISTRATIU	Hores de treball diàries				TOTAL
	1	2	3	4	
<b>Tasques</b>					
Crear base de dades amb els membres del coliving	■				30 min
Tramitar factures	■				30 min
Tramitar gestions, fer nòmines, contractes.		■			30 min
Fer les reserves i cobraments		■			30 min
Comunicar al community builder en funció de les noves entrades			■		30 min
Gestionar calendari administratiu			■		30 min
Supervisar gestions relacionades amb els comptes del CREC				■	1 hora
Informar i atendre clients	■	■	■	■	Constant

Font: elaboració pròpia

Primerament quan arriba el un coliver nou o fa la reserva l'administratiu ha de fer una base de dades amb les del coliver. S'encarrega de revisar les reserves i que els cobraments s'hagin dut a terme. Pasar factures i tramitar les gestions a l'hora que ho passa al llibre de comptes. També sempre que hi ha una nova incorporació haurà d'informar al community manager per a que li prepari la benvinguda i li faci la entrevista. Per últim atendre al clients que sociliten informació mitjançant correu o telèfon.

### Manteniment (Alexander)

Tasques clau:

- Inspecció d'espais comunitaris
- Respondre a les sol·licituds de serveis de manteniment
- Proves el rendiment dels dispositius en l'equip
- Assessorament i orientació a colivers sobre el manteniment de les seves habitacions i espais privats

Competències tècniques clau:

- Títol de personal de manteniment



- Experiència amb plomeria i sistemes elèctrics requerits
- Excel·lent instal·lació amb eines manuals i elèctriques comunes
- Capacitat de comunicar-se bé amb el personal d'administració del CREC Coliving

Competències personals clau:

- Claredat comunicativa
- Organitzat
- Manetes
- Responsable

Depenent de la demanda que hi hagi sobre els diferents problemes tècnics que hi puguin sorgir anirà destinat el temps, no serà sempre el mateix temps el que es destina a cada funció. Primerament el que haurà de fer serà revisar que tot estigui en bon estat amb un temps destinat d'una hora i després respondre a les sol·licituds de manteniment que hagi rebut.

Community manager (en el cas de necessitar-lo més endavant)

Tasques clau:

- Mesura KPI's
- Crear campanyes direccionades a cada target i canal, genera contingut.
- Respondre comentaris
- Crear estratègia de reputació online
- Fer seguiment del pressupost
- Proposar noves mesures o organització del pressupost
- Crear contingut

Competències tècniques clau:

- Titulació com a community manager
- Experiència portant les xarxes d'una empresa (amb treball demostrable)
- Conèixer l'audiència direccionada a l'empresa

- Conèixer la visió corporativa
- Conèixer analítica xarxes socials

Competències personals clau:

- Creatiu
- Bona redacció
- Resolutiu
- Moderador
- Organitzat

En quant al community manager serà un professional autònom en el cas que el necessitem. Volem mostrar una taula específica per si és una persona professional i una altra de com es divideixen les tasques entre els administratius i el community builder.

Si el community manager és extern haurà de fer el mateix curs que el community builder, l'impartit per l'empresa CREC, per tal que coneixi la filosofia de l'empresa saber exactament el que l'empresa vol mostrar més i identificar-se amb els valors que donar a veure.

Si la persona encarregada és un professional pensem que amb dues hores diàries és suficient per poder dur a terme totes les seves funcions. Fer el seguiment de pressupost està posat en totes les cel·les perquè és un procediment que ha de seguir mentre fa les campanyes o simplement treballa.

Taula 14: Repartició d'hores de treball community manager

Tasques	Hores de treball diàries			
	30 min	30 min	30 min	30 min
Mesura KPI's	■			
Crear estratègia de reputació online			■	
Fer seguiment del pressupost	■	■	■	■
Proposar noves mesures o organització del pressupost				■
Crear contingut	■	■		
Crear campanyes direccionades a cada target i canal, genera contingut.	■	■		
Respondre comentaris	■	■	■	

Font: elaboració pròpia

Quan comencem amb el CREC Coliving no hi haurà un community manager i les tasques dividides pensem que són una bona opció de la següent forma.

Taula 15: Repartició d'hores de treball sense community manager

Tasques	Hores de treball diàries							
	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>ADMINISTRATIU</b>								
Mesura KPI's	■							
Crear estratègia de reputació online						■	■	
Fer seguiment del pressupost	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>COMMUNITY BUILDER</b>								
Proposar noves mesures o organització del pressupost			■					
Crear contingut	■							
Crear campanyes direccionades a cada target i canal, genera contingut.				■				
Respondre comentaris		■			■			

Font: elaboració pròpia

El community builder serà el que rebi el pes més gran de crear contingut ja que és la persona que passa més temps amb els colivers, serà qui els coneixi millor i qui podrà fer fotos o vídeos de l'entorn. Mentre hi és a la casa tindrà moments en els que no tindrà feina.

Per als dos treballadors hem volgut marcar les hores a les que faran les accions en funció dels seus quadres. Per exemple l'administratiu a la primera hora s'encarrega de crear la base de dades, aquesta feina si no hi ha noves incorporacions no s'haurà de fer per això aquesta primera hora la pot utilitzar per fer les funcions que fa el community manager.

**Serveis Subcontractats (Empresa externa):**

Neteja: Netsport

Taques claus:

- Neteja dels espais comuns de la nau
- Fer hores extres quan els colivers demanen serveis extres

Competències tècniques clau:

- Saber netejar
- Adaptabilitat a canvis d'horari

Competències personals clau:

- Sociable
- Net
- Pulit
- Silenciós
- Empàtic

La persona encarregada de la neteja provindrà d'una empresa externa per tal que no hi manqui cap dia. Aquesta persona treballa dos hores cada dos dies ja que la filosofia d'un coliving és que les feines de casa es reparteixen entre els colivers. Tot i això ho volem reforçar per tenir sempre una neteja més apurada.

L'empresa destinada a la neteja és Netsport, la mateixa que utilitza el CREC.

Finances i RRHH: Lleuresport

Tasques claus:

- Gestió administrativa i financera
- Recerca, gestió i emmagatzematge de la informació utilitzant els mitjans tecnològics (IT)
- Gestió de Recursos Humans
- Responsable del Reglament General de Protecció de Dades (RGPD)
- Responsable de PRL (Prevenió de Riscos Laborals)

Competències tècniques clau:

- Eficient gestió de cada departament
- Correcta temporalització en l'entrega de dades
- Constant comunicació amb l'empresa CREC

### Comunicació (Duit Studio)

#### Tasques claus:

- Crear estratègies de contingut
- Alinear els objectius de negoci amb les necessitats del CREC Coliving
- Disenyar el contingut de comunicació
- Crear el contingut
- Millorar l'experiència del futur coliver

#### Competències tècniques clau:

- Experiència en el sector
- Especialitzats en comunicació i contingut
- Coneixedors de la filosofia i maneres de fer del CREC

### Web (080 Webs)

#### Tasques claus:

- Posicionament web
- Disseny gràfic
- Fotografia de producte
- Desenvolupament d'intranets, extranets i aplicacions de gestió

#### Competències tècniques clau:

- Experiència en el sector
- Especialistes en disseny web
- Especialistes en creació de contingut
- Coneixedors de la filosofia i maneres de fer del CREC

## SEO i Posicionament (Atomic 4)

Taques claus:

- Realització de campanyes de màrqueting online
- Maximitzar resultats
- Aconseguir més trànsit i augmentant conversions
- Potenciar el SEO del projecte
- Multiplicar la visibilitat dels nostres clients

Competències tècniques clau:

- Experiència en el sector
- Especialitzats en màrqueting digital i online
- Coneixedors de la situació de mercat actual

## **10.3 POLÍTICA RETRIBUTIVA**

### **Política retributiva general:**

En el cas del CREC Coliving, volem fer servir la mateixa política retributiva general que utilitza l'empresa CREC, és a dir, uns salaris bases de mercat on no compten amb incentius variables. En cada departament o càrrec, a excepció del directors, només hi ha un personal i per tant són retribucions individuals d'acord amb les seves responsabilitats, tot i que si hagués més d'un treballador en algun departament, en aquest cas comptarien amb sous equivalents.

Cal destacar que tot treballador del CREC Coliving i per tant, del CREC, té altres beneficis com dispositius d'empresa o la possibilitat d'utilitzar de forma gratuïta i quan ho desitgi, qualsevol oficina compartida de les que disposa el CREC com són els dos coworkings de Barcelona o el de Sabadell.

### **Política retributiva particular:**

- Directors: Els dos directors, l'Álvaro i la Mariona, degut al equivalent repartiment de responsabilitats, comptaran amb una igual retribució, això sí, es tractarien de salaris negociable cada final d'any veient la crecuda de beneficis que el CREC Coliving obtingui. Tots dos, a més, tindran a la seva disposició telèfons mòbils d'empresa.
  
- Personal contractat: En aquest cas, i tenint tres persones contractades amb funcions i departaments molt diversos, cadascun tindrà una retribució diferent segons les seves responsabilitats i necessitats.
  
- Community Builder: El community builder, del personal treballador del CREC Coliving, serà qui més responsabilitat i pes tindrà, sent ell el principal responsable del benestar del coliver (entre d'altres funcions) en diversitat d'àmbits durant la seva estància. Ell o ella, degut a la seva constant comunicació entre membres del coliving, treballadors i directius, comptarà amb un telèfon mòbil d'empresa i, ja que la seva presència en el CREC Coliving serà molt habitual, tindrà a la seva disposició una plaça d'aparcament en un parking proper a l'instal·lació, concretament a dos carrers, anomenat "Parking Oscar". També cal destacar que els directius també faran torns per fer de community builder i cobrir tots els dies de la setmana.
  
- Administratiu: En quant a l'administratiu, el segon personal treballador en ordre jeràrquic, se li facilitarà oficines del CREC i, en la mesura de lo possible, es prioritzarà el teletreball a casa si les funcions que exerceix així ho permeten. En el seu cas, no disposarà d'un mòbil d'empresa.
  
- Manteniment: En aquest cas, al igual en en el cas de les subcontractacions que a continuació detallarem, a partir dels incentius que actualment CREC proporciona al personal de manteniment hi haurà una augment del 33% degut a la incorporació del CREC Coliving.

- Subcontractacions (empreses externes): En aquest cas, l'empresa CREC augmenta un 33% més la quantia pagada a les empreses subcontractades (excepte aquelles que no els hi suposi un significatiu augment laboral o de producció), ja que de les tres instal·lacions a les que fins ara prestaven els seus serveis, els tres coworkings, ara se li suma la nova instal·lació, el CREC Coliving. No obstant, aquelles que la inclusió d'aquesta nova línia de negoci a l'empresa CREC no suposi un increment de treball, es realitzarà una divisió del cost actual de l'empresa subcontractada entre les quatre instal·lacions per tal de determinar el respectiu cost del CREC Coliving i de la resta de instal·lacions. Les empreses i serveis són:

- Lleuresport (Finances i RRHH)
- Netsport (Neteja)
- Duit Studio (Comunicació)
- 080 Webs (Web)
- Atomic 4 (SEO i Posicionament)

## 10.4 VALORACIÓ ECONÒMICA

Sempre agafant de referència les valoracions econòmiques que l'empresa CREC ja té determinades per els seus departaments i treballadors, CREC Coliving ha establert una sèrie de valoracions per a cadascun dels cinc treballadors que conformen aquesta línia de negoci (incloent els directors) i de les empreses externes subcontractades. A més, com ja hem comentat, es tracten de salaris fixes i que no compten amb retribucions econòmiques variables en quant al salari.

A continuació desglosem les retribucions econòmiques mensuals o intervals molt aproximats, en funció de cada departament i treballador de l'empresa **CREC** i del sou que marca el mercat i així determinar seguidament les respectives per al CREC Coliving:



### **Retribucions econòmiques del CREC (coworkings):**

Directors:

- Director → 1800/2000€ nets/mes (varia segons responsabilitats)

Personal contractat:

- Community Builder → \*1200/1700€ nets/mes (varia segons responsabilitats)  
\*Cal destacar que al ser un lloc nou de treball no hi ha una mitjà per saber el sou que marca el mercat.
- Manteniment → 500€/mes (preu tancat per el CREC)

Subcontractacions **CREC** (cost per les tres instal·lacions del CREC Coworking):

- Lleuresport (Finances i RRHH) → 600€/mes
- Netsport (Neteja) → 600€/mes
- Duit Studio (Comunicació) → 600€/mes
- 080 Webs (Web) → 400€/mes
- Atomic 4 (SEO i Posicionament) → 250€/mes

### **Retribucions econòmiques del CREC Coliving:**

Directors:

- Director 1 → 1.456€ bruts/mes (40 hores/setmana)
- Director 2 → 1.456€ bruts/mes (40 hores/setmana)

Aquests sous suposen un cost de 1.898€ cadascun per l'empresa incloent la seguretat social.

Personal contractat:

- Community Builder → 600€ bruts/mes (16 hores/setmana) per l'empresa el cost total és de 742€ mensuals.
- Administratiu → 700€ bruts/mes (20 hores/setmana) amb un cost total pel CREC de 865€ mensuals.

\*Segons el conveni d'auxiliars administratius publicat al BOE, pàgina 12, el sou no pot ser inferior a 13.600€ bruts anuals. L'equivalent a 566,67€ bruts per a mitja jornada.

- Manteniment → 166,66€/mes (increment del 33,33% sobre els 500€ mensuals)

Subcontractacions (cost aproximat per el CREC Coliving):

- Lleuresport (Finances i RRHH) → 200€ (increment del 33,33% sobre els 600€ mensuals)
- Netsport (Neteja) → 200€ (increment del 33,33% sobre els 600€ mensuals)
- Duit Studio (Comunicació) → 150€/mes (600€/4 instal·lacions)
- 080 Webs (Web) → 100€/mes (400€/4 instal·lacions)
- Atomic 4 (SEO i Posicionament) → 83,33€/mes (increment del 33,33% sobre els 250€ mensuals)

Per tal d'aclarir totes les retribucions a las que opten els treballadors del **CREC Coliving**, en la següent taula podem veure totes les retribucions en funció del lloc de treball o de l'empresa externa subcontractada i les seves respectives valoracions econòmiques:

Taula 16: Retribucions

CREC Cloiving	Retribucions			
	Retribució econòmica	Telèfon mòbil d'empresa	Utilització d'instal·lacions CREC	Plaça d'aparcament
<b>Directors</b>				
Director 1	1200€/mes	(Samsung Galaxy A10) 170€ + 23€/mes	0 €	X
Director 2	1200€/mes	(Samsung Galaxy A10) 170€ + 23€/mes	0 €	X
<b>Personal contractat</b>				
Community builder	530€/mes	(Samsung Galaxy A10) 170€ + 23€/mes	0 €	(Parking Óscar) 50€/mes
Administratiu	600€/mes	X	0 €	X
Manteniment	166,66€/mes	X	X	X
<b>Subcontractacions</b>				
Lleuresport (Finances i RRHH)	200€/mes	X	X	X
Netspot (Neteja)	200€/mes	X	X	X
Duit Studio (Comunicació)	150€/mes	X	X	X
080 Webs (Web)	100€/mes	X	X	X
Atomic 4 (SEO i Posicionament)	83,33€/mes	X	X	X

Font: elaboració pròpia

## **11. PLA JURÍDIC-FISCAL**

### **11.1 FORMA JURÍDICA I REQUERIMENTS DE CONSTITUCIÓ**

#### **11.1.1 FORMA JURÍDICA**

La forma jurídica que pensem que és més adequada per al CREC Coliving és la Societat Limitada Nova Empresa perquè encaixa i pels avantatges que té. Ser una societat limitada implica que la responsabilitat es troba limitada pel capital aportat pels socis. Un dels seus avantatges són les mesures fiscals per ajudar a superar els primers anys d'activitat i que tenen els mateixos avantatges que una Societat de Responsabilitat Limitada ja que pot actuar com a tal perquè és una especialitat. També destacar que els tràmits són més ràpids, el capital a aportar pot ser des de 3.000€ fins a 120.000€ i es regeix per l'impost sobre societats.

#### **11.1.2 PROVEÏDORS DE SERVEIS**

Pel que fa als proveïdors de serveis ens agradaria seguir utilitzant els mateixos que té en aquests moments l'empresa CREC SL, sobretot Lleuresport ja que els dos socis principals de CREC SL també tenen participacions d'aquesta empresa.

Igualment exposarem tres possibles candidats per a les tasques, assessorament jurídic, fiscal i comptable-laboral. Cal esmentar que la majoria d'empreses que proporcionen assessorament ho fan en tots els àmbits, jurídic, fiscal, comptable-laboral.

1. Lleuresport: és el proveïdor principal de l'empresa CREC SL i per tant ens agradaria que continues fent també les tasques del CREC Coliving. Les dues empreses tenen tractes entre elles i els preus que es donen són raonables.

2. Ayuda t pymes: és una empresa d'assessorament a autònoms i empreses en totes les seves gestions. El preu per realitzar aquestes gestions pot oscil·lar però el mínim mensual és de 59,95€.
3. CeConsulting: és una empresa que es dedica a l'assessorament integral per a altres empreses. Destacar que és una empresa que té una experiència de 30 anys i té més de 150 oficines.

### **11.1.3 ACORD DE SOCIS**

L'acord de socis que farem serà un early stage<sup>6</sup> ja que som dos socis que donem les idees i aportem tot el material per poder dur a terme el projecte però tenim un inversor que és el CREC i és qui es quedarà amb un major percentatge de l'empresa al ser ell qui aporta el capital.

#### **Funcions i salaris**

L'administrador únic serà l'empresa CREC ja que serà qui fa l'inversió inicial i tindrà el 80% del CREC Coliving. Essent el 20% restant repartit entre els socis fundadors Àlvaro Hernández Ruano i Mariona Valhondo Romero.

Entenent la situació de nova obertura del CREC amb tota la inversió que això implica arribem a la conclusió que el sou durant el primer any serà el sou mínim interprofessional per als socis. Salari negociable cada final d'any veient la creixuda de beneficis que el CREC Coliving obtingui, la pujada salarial serà en funció del percentatge de beneficis i assumirà una pujada salarial amb la meitat del percentatge de benefici net en el salari.

Si al començament no es tenen prous ingressos per al pagament dels socis, aquests s'adaptaran a no cobrar amb un màxim de dos mesos seguits. Un cop passats aquests dos mesos si no hi han guanys hauran de cobrar, al menys, la meitat del seu sou.

Els salaris no percebuts en el moment que toca anirà a una "bossa" i s'anirà percebent quan l'empresa obtingui beneficis.

---

<sup>6</sup> Pacte de socis que es realitza en una etapa inicial

### **Dret de vot**

Anteriorment hem esmentat que l'administrador únic serà l'empresa CREC SL ja que té un 80% del CREC Coliving. Això implica que en les votacions sempre obtindrà la majoria, per tant els socis minoritaris no tindran dret de vot en les accions o activitats del dia a dia però en les decisions que es vulgui fer un canvi substancial com un canvi a l'estructura o activitat principal, per a que la votació sigui ferma i es porti en davant haurà d'obtenir un 90% dels vots positius. De forma que almenys un dels socis minoritaris està d'acord.

### **Dret preferent de compra**

Els socis tenen prioritat a l'hora de comprar o ampliar capital abans d'un tercer.

### **Antidilució**

En una ampliació de capital en la que hi surten noves participacions es dilueixen participacions d'aquells socis que tinguin més d'un 10% a no ser que siguin ells els que volem ampliar capital. Per tant els socis que tinguin un 10% o menys no dilueixen les seves accions.

En el cas que tots els socis tinguin un 10% i hi hagi un que té més i vol ser aquest qui faci la ampliació de capital, l'hauran de fer tots els socis a parts iguals perquè no modificar aquesta clàusula, si la resta no vol invertir els seus diners aquesta clàusula quedarà cancelada.

### **Compromís de permanència dels socis**

Els socis es comprometen a treballar al CREC Coliving en un període mínim de dos anys mentre que per l'administrador únic, l'empresa CREC SL es compromet a no vendre les seves participacions en un període de quatre anys.

En cas de sortida voluntària anterior al període estipulat, s'estableix una penalització en la que el soci ven les seves participacions pel capital aportat.

A continuació exposem la clàusula vesting per als dos socis minoritaris i per a l'administrador únic.

Per als socis minoritaris (Álvaro i Mariona), que tenen un 10% de les participacions, és el següent:

Taula 17: Compromís de permanència

		% Participació 10%		% participació/ m: 0,4%		mesos 24		
<b>Any 1</b>								
		mes 1						mes 12
% captat		-	-	-	-	-	5,0%	
% de participacions de l'emprenedor amb dret de compra de la resta de socis		100%	100%	100%	100%	100%	50%	
<b>Any 2</b>								
		mes 13						mes 24
% captat		5,4%	5,8%	6,3%	6,7%	7,1%	10,0%	
% de participacions de l'emprenedor amb dret de compra de la resta de socis		45,8%	41,7%	37,5%	33,3%	29,2%	0,0%	

Font: elaboració propia

Per a l'administrador únic, CREC Coworking 2016:

Taula 18: Compromís de permanència

		% Participació 80%		% participació/ m: 1,7%		mesos 48		
<b>Any 1</b>								
		mes 1						mes 12
% captat		-	-	-	-	-	20,0%	
% de participacions de l'emprenedor amb dret de compra de la resta de socis		100%	100%	100%	100%	100%	75%	
<b>Any 2</b>								
		mes 13						mes 24
% captat		21,7%	23,3%	25,0%	26,7%	28,3%	40,0%	
% de participacions de l'emprenedor amb dret de compra de la resta de socis		72,9%	70,8%	68,8%	66,7%	64,6%	50,0%	
<b>Any 3</b>								
		mes 25						mes 36
% captat		41,7%	43,3%	45,0%	46,7%	48,3%	60,0%	
% de participacions de l'emprenedor amb dret de compra de la resta de socis		47,9%	45,8%	43,8%	41,7%	39,6%	25,0%	
<b>Any 4</b>								
		mes 37						mes 48
% captat		61,7%	63,3%	65,0%	66,7%	68,3%	80,0%	
% de participacions de l'emprenedor amb dret de compra de la resta de socis		22,9%	20,8%	18,8%	16,7%	14,6%	0%	

Font: elaboració propia

### **Drag Along (dret d'arrossegament)**

En el cas de rebre una oferta que multipliqui per tres el valor de l'empresa, les votacions hauran de ser d'un 90% per a que la venda sigui lícita i tots els socis hagin de vendre obligatòriament les seves participacions.

### **Auditoria prèvia a la firma**

Si hi ha una persona interesada en ser un nou soci, aquest té dret a obtenir informació sobre la situació legal, laboral, fiscal, judicial, etc de l'empresa abans de fer el pagament de les participacions.

### **Dret d'informació**

Tots els socis tenen lliure accés a l'informació de l'empresa.

### **Obligació de no competència**

Un cop un soci deixa de ser-ho hauran de passar dos anys abans que pugui treballar per a la competència.

### **Confidencialitat**

Els socis es comprometen a no revelar cap informació sobre l'empresa CREC Coliving a tercers.

### **Retenció del talent. Stock options**

L'empresa CREC Coliving es compromet durant els primers dos anys a vendre participacions als seus treballadors per un 8% menys del valor de mercat.

L'acord de socis serà revisable i aquesta és una primera proposició justament pel començament de la posada en marxa del CREC Coliving.



## 11.2 NORMATIVA ESPECÍFICA DEL CREC

### 11.2.1 REQUERIMENTS NORMATIUS

Segons l'advocat Pelayo del Salvador va explicar a [https://www.eldiario.es/hojaderouter/coliving-Espana-turismo-empredimiento\\_0\\_428357426.html](https://www.eldiario.es/hojaderouter/coliving-Espana-turismo-empredimiento_0_428357426.html) el 14 de setembre de 2015 "No podemos saber jurídicamente qué se vende con el nombre de 'coliving', pudiendo ser desde un simple alquiler de habitaciones en un piso de estudiantes hasta una prestación de servicios turísticos disfrazados de economía colaborativa".

"Resulta imposible saber en qué regulación encajan este tipo de espacios en nuestro país. No existe una ley concreta, sino muchas que dependen de los tipos de contratos de los espacios, de la actividad que desempeñen y de la comunidad autónoma o provincia en la que estén situados."

Sabem que l'empresa The House Coliving & Coworking SL esta inscrita en el sector de activitats administratives i serveis auxiliars amb el codi CNAE 7990 ([https://www.expansion.com/directorio-empresas/the-house-coliving-coworking-sl\\_9618390\\_N47\\_28.html](https://www.expansion.com/directorio-empresas/the-house-coliving-coworking-sl_9618390_N47_28.html)), mentre que el coliving Sun&Co està inscrit per allotjaments turístics i altres allotjaments de curta estància amb el codi CNAE 5520 (és el que ens va dir ell a la entrevista que es troba a l'annex) o l'empresa Valladolid Co-living SL té com activitat agents de la propietat immobiliària amb el codi CNAE 6831 (<https://empresite.eleconomista.es/VALLADOLID-CO-LIVING.html>)

L'informació aportada anteriorment és per demostrar que no hi ha una llei jurídica clara establerta envers al coliving a Espanya. Per tant ens podem acollir a l'activitat que més ens convingui. L'activitat amb la qual ens inscriurem és 5520- allotjaments turístics i altres allotjaments de curta estància, aquesta activitat és la que encaixa millor amb el servei que volem donar.

Per tant els requeriments normatius al que ens acollirem serà al fet de que la nau ha de ser habitable i per això si que hi han normatives.

Primerament hem de tenir clar que necessitem que ens donin la cèdula d'habitabilitat a més del certificat d'eficiència energètica. Per això hem d'obeir els requisits següents (aquests requeriments els hem extret de la pàgina web <https://www.api.cat/noticias/requisitos-para-obtener-la-cedula-de-habitabilidad/>):

### **Habitabilitat i ocupació**

- L'habitatge ha de tenir una superfície útil d'un mínim de 36 metres quadrats.
  - La nostra superfície és de 750 metres quadrats.
- Ha de tenir almenys una estancia o sala d'estar menjador, una cambra higienica i un equip de cuina.
  - CREC Coliving té una sala oberta amb tots aquests serveis, menys els lavabos que hi han a totes les habitacions i a la planta baixa.
- Si la sala és un únic espai, ha de ser posible la compartimentació d'una habitació de 8 metres quadrats.
- Si no hi ha espai, l'habitació ha de ser de 6 metres quadrats.
  - Les habitacions són de 14 metres quadrats.
- L'alçada mínima habitable ha de ser entre el paviments terminat i el sostre de 2,5m. A la cuina, banys i espais de circulació, pot ser de 2,20m i el menjador, sala d'estar i habitacions poden admitir-se, excepcionalment, 2,30 per el pas d'instal·lacions i elements estructurals.
  - En el cas del Coliving les mesures d'alçada sobresurten ja que es troba en una nau industrial i a la meitat de la nau no hi ha una planta superior.

### **Sostenibilitat i estalvi energetic**

- Els habitatges han de estar pensats per aprofitar les condicions naturals del clima i complir els criteris vigents en matèria d'eficiència energètica

→ En aquest cas els encarregats de posar l'aïllament i fer el necessari per a complir el requisit seran els obrers que sabran com dur-ho a terme.

### **Compartimentació**

- La compartimentació és lliure però ha de permetre que els espais destinats a les habitacions puguin independitzar-se i que els destinats a les cambres higièniques siguin independents.

→ Totes les habitacions són independents, és a dir, tenen quatre parets que les envolten, al igual que les cambres higièniques.

- Cap espai de l'habitatge pot servir d'accés obligat a qualsevol local que no sigui d'ús exclusiu de la propia casa.

→ Realment cap de les instal·lacions dona lloc a arribar a un local, encara que si hi ha pas a les sales de reunió on poden haver persones no residents al CREC Coliving però han rebut una invitació d'algun dels membres.

- Els banys no poden servir de pas obligatori a la resta d'habitacions. En cas de voler, només s'admet tenir un rentamans a un espai de circulació.

→ Els banys no són de pas obligatori, el que sí és cert, és que els rentamans es troben en zones de pas perquè si els posem al bany no hi cap una cadira de rodes (en els banys de les habitacions).

### **Accessibilitat**

- Qualsevol habitatge ha de ser, com a mínim, practicable i en cas de tenir diferents pisos o nivells, hi ha que garantir un accés practicable al bany, la cuina, l'espai comú i una habitació.

→ Els accesos són amplis per a qualsevol tipus de persona i per accedir a les habitacions tenim el muntacàrregues reformat en ascensor.

- La porta d'accés a l'habitatge i als espais bàsics han de tenir una amplada mínima de pas de 0,8 m i una alçada lliure de 2m. Les portes d'accés als

espais de l'habitatge que no siguin practicables han de tenir una amplada lliure mínima de pas de 0,7m i una alçada lliure de 2m.

→ En la construcció dels plànols ja vam tenir aquestes mesures en compte i l'amplada és de 0.8m perquè és l'amplada per a que hi càpiga bé una cadira de rodes.

- Els espais interiors destinats a la circulació que connecten l'accés de l'habitatge i els espais practicables han de tenir una amplada mínima d'un metre i permetre un cercle de maniobra d'un metre i un metre vint de diàmetre.

→ Això és per les cadires de rodes, dada que ja vam contemplar i que l'únic espai que ens queda just aquest diàmetre és el bany privat per això vam treure el rentamans.

#### **Altres aspectes necessaris per obtenir la cèdula d'habitabilitat**

- Serveis d'aigua freda i calenta, evacuació d'aigües i electricitat.
- Equip higiènic format, com a mínim, per un rentamans, un inodor i una dutxa.
- Equip de cuina format, com a mínim per una aigüera, un aparell de cocció, i amb un sistema específic d'extracció mecànica sobre l'aparell de cocció que permet l'extracció de bafs i fums fins la coberta.
- Instal·lació completa per un equip de rentat de roba.
- Porter electrònic o similar que faciliti l'entrada i permeti la comunicació interactiva desde l'accés a l'edifici amb l'habitatge.
- Façana oberta a l'espai lliure exterior de l'edifici que ofereixi ventilació i il·luminació, com a mínim, a un dels espais de la zona d'ús comú de l'habitatge.
- Cada habitació ha de prevenir un espai individual d'emmagatzematge.

→ Tots aquests aspectes s'aniran creant amb les obres de reconstrucció.

## 11.2.2 IMPACTE A NIVELL DE NORMATIVA

### **Normativa europea**

La Unió Europea té diverses lleis sobre el turisme pel que fa a la protecció del turista o en escenes més específiques com pot ser el turisme rural, la seguretat del turista o la seguretat dins dels hotels. Per tant el CREC coliving haurà de fer front a les lleis sobre la seguretat que exposa la Unió Europea.

### **Normativa estatal**

A nivell estatal no hi ha cap normativa o llei que reguli l'aspecte sobre els temes turístics enfront a la promoció i a l'ordenació, això s'exposa en la Constitució espanyola.

En la Constitució espanyola es diu que cada comunitat autònoma té la competència exclusiva sobre la promoció i ordenació turística dins del seu àmbit territorial (article 148.1.18ª CE).

No obstant això l'Estat espanyol dicta normes jurídiques que afecten l'activitat turística. L'Estat té competència exclusiva sobre "relacions internacionals" (article 149.1.3ª CE), "les bases i coordinació de la planificació general de l'activitat econòmica" (article 149.1.13ª CE) y el "comerç exterior" (article 149.1.10ª CE).

Cal dir també que es troba la llei 20/2013, del 9 de desembre, la qual garanteix l'unitat de mercat en la que s'imposen uns requisits bàsics dirigits a garantir el lliure establiment i la circulació de persones i béns en tot el territori nacional.

### **Normativa autonòmica**

Decret 159/2012 del 20 de novembre, d'establiments d'allotjament turístic i habitatges d'ús turístic. En aquest decret es troba la normativa sobre tots el tipus d'allotjaments turístics que estan legitimats.

En el decret està redactat el que es necessita per poder entrar al mercat com per exemple l'article 6 que diu que ens hem d'inscriure al Registre de Turisme de

Catalunya. De l'article 1 al 36 són els generals i pels quals s'han de regir tots els establiments turístics.

### **Normativa municipal**

Mataró no té cap normativa específica sobre els habitatges turístics per això la normativa a la que CREC Coliving s'atén és la normativa autonòmica.

## **11.2.3 POSSIBLES CANVIS NORMATIUS**

Els principals canvis normatius que es poden dur a terme venen direccionats per la creació d'una normativa específica envers als Colivings.

Si aquesta normativa vinculada al coliving aparegués, el que hem de fer és seguir les pautes que aquesta marqui. No pensem que hi hagi problema en aquest sentit, ja que per crear el CREC Coliving hem seguit les pautes d'habitabilitat i tenim els "mateixos espais" que els altres colivings. Amb això volem dir que la normativa no es trobaria molt lluny del servei que estarem prestant en el moment. La creació d'aquesta normativa segurament no vindria donada per una remodelació de l'espai i en aquest cas no s'hauria de tancar el coliving i els ingressos no es paralitzarien.

Els canvis possiblement vindran lligats a un canvi d'activitat de l'empresa i suposem que l'administració deixarà un temps per poder regular aquest canvi.

## 12. PLA ECONÒMIC-FINANCER

### 12.1. PREVISIÓ D'INVERSIONS I FINANÇAMENT

#### Inversions:

El projecte en qüestió, la creació del CREC Coliving, compta amb una sèrie d'inversions que, pràcticament en la seva totalitat, es realitzen únicament en la posada en marxa de projecte i que sumen un total anual **520.300€** en el primer any i que a continuació es desglosen detalladament.

Taula 19: Total inversions any 1

ANY 1	Total
<b>Immobilitzat intangible</b>	<b>2.415</b>
Recerca i Desenvolupament	0
Concessions administratives	0
Patents, llicències i marques	2.115
Drets de traspàs	0
Aplicacions informàtiques	300
Altre immobilitzat intangible	0
<b>Immobilitzat material</b>	<b>517.885</b>
Terrenys	0
Construccions	502.564
Instal·lacions Tècniques	300
Maquinària	0
Utilatge	2.546
Altres instal·lacions	0
Mobiliari	8.496
Equips per a processos informació	3.979
Elements de transport	0
Altre immobilitzat material	0
<b>Fiances i Dipòsits a ll/t</b>	<b>0</b>
Fiances a llarg termini	0
Dipòsits a llarg termini	0
<b>TOTAL</b>	<b>520.300</b>

Font: elaboració pròpia amb la plantilla de Barcelona Activa

Tal i com s'ha estat comentant i argumentant anteriorment, té com a principal partida d'inversió la compra de la nau industrial a Mataró destinada al coliving i la seva respectiva reforma, amb un cost total de 520.000€.

Un cop preparada la instal·lació a nivell constructiu, les properes partides d'inversió tenen com a propòsit donar forma a aquest coliving per tal de convertir-lo en un habitatge per 10 persones i una oficina de treball per tots els colivers. Així doncs, es realitza una inversió significativa en mobiliari i utilitatge per habitacions privades i zones comunes del coliving.

Prèviament a la posada en marxa també es requereixen d'una sèrie de llicències com la cèdula d'habitabilitat per convertir oficialment aquesta nau industrial en un coliving, una serie d'accions que tenen un cost d'un total de 2.115€.

Ja entrant en les inversions internes destinades al funcionament operatiu i organitzacional del CREC Coliving, cal destacar els tres mòbils d'empresa i un ordinador, tot inclòs en els EPI, a més de les 13 televisors del coliving (10 de les quals destinats a cada una de les habitacions privades).

Per últim, i sent aquesta l'única partida d'inversió que perdura al llarg de l'any i que es repeteix any rere any, tenim el programa Nexodus, la aplicació informàtica necessària per la gestió administrativa del coliving i tots els seus colivers, amb un cost mensual de 25€ i, per tant, de 300€ a final d'any.

### **Finançament:**

Pel que fa al finançament es demana una hipoteca la qual cobreix part de la compra de la nau amb les seves reformes i el conseqüent mobiliari i utilitatge necessari per a poder donar el servei. L'import no és del total ja que l'altra part es paga amb el capital invertit pels socis. Es demana una hipoteca i no un préstec perquè la quantitat a demanar és elevada i una hipoteca és més viable pel tipus d'interès.

L'hipoteca es demana a ING que ens la concedeix sense aval però el mínim d'anys que ofereixen per fer-la és de 9 anys. L'interès que demana és del 1,79%, per tant s'han de pagar 108 quotes de 2.700€.

Del procés de fer aquesta hipoteca se'n deriven unes despeses que són de 45.900€.



Taula 20: Mostra de la hipoteca

PRÉSTECES	IMPORT	INTERÈS	PERIODICITAT	NUM QUOTES	QUOTA	INICI	FINAL	COMISSIÓ (%)	DESPESES
Hipoteca	270.000	1,790%	Mensual	108	2.709	01/01/2021	01/01/2030	17,00%	45.900

Font: elaboració pròpia amb la plantilla de Barcelona Activa

A continuació mostrarem diferents escenaris en els quals es prova a fer altres inversions o bé utilitzar altres fonts de finançament o en altres circumstàncies.

### **Escenari 1:**

No es contempla el canvi de banc per la hipoteca ja que ING s'adapta a les necessitats del CREC Coliving amb un bon interès. En el primer escenari, el que es vol mostrar és el canvi de quota al demanar aquesta hipoteca a més anys, a 14.

Taula 21: Quota de la hipoteca a 14 anys

PRÉSTECES	IMPORT	INTERÈS	PERIODICITAT	NUM QUOTES	QUOTA	INICI	FINAL
Hipoteca	270.000	1,790%	Mensual	168	1.818	01/01/2021	01/01/2035

Font: elaboració pròpia

És un escenari que fa que el benefici a final d'any sigui superior perquè la quota disminueix però no es farà servir perquè pot fer que si en un futur es vulgui un aport de capital i es necessiti l'entrada de nous inversors aquests es puguin fer enrere per la quantia que quedi per pagar de la hipoteca.

### **Escenari 2:**

L'altre escenari seria reduir les inversions en quant a reformes i mobiliari/utillatge, és a dir, fer una cuina senzilla que no sigui doble, deixar d'invertir en els banys de la planta inferior sent els privats, els únics banys per els colivers i disposar d'una sola sala de reunions (en canvi de les dues dissenyades).

Taula 22: Inversions en l'immobilitzat material

Immobilitzat material	Real	Escenari
Construccions	502.564,00 €	483.564,00 €
Instal·lacions tècniques	300,00 €	300,00 €
Utilatge	2.546,00 €	1.386,00 €
Mobiliari	8.496,00 €	7.859,00 €
EPI	3.979,00 €	3.979,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>517.885,00 €</b>	<b>497.088,00 €</b>
	<b>Diferència</b>	<b>20.797,00 €</b>

Font: elaboració pròpia

Això implica menys inversions, per aquest motiu el valor del préstec serà menor i influeix en que la quota mensual i les despeses per la demanda de la hipoteca seran menors. Això implica uns resultats de l'exercici superiors.

Taula 23: Compte de resultats per l'escenari 2

PÈRDUES I GUANYS	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
Vendes	126.230,00 €	142.479,00 €	144.095,00 €
Aprovisionaments	- 4.315,00 €	- 4.493,00 €	- 4.877,00 €
Despeses de personal	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €
Altres despeses d'explotació	- 63.555,00 €	- 18.290,00 €	- 18.648,00 €
Amortització de l'immobilitzat	- 25.335,00 €	- 27.734,00 €	- 27.834,00 €
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>- 34.414,00 €</b>	<b>24.523,00 €</b>	<b>25.297,00 €</b>
Despeses financeres	- 4.250,00 €	- 3.785,00 €	- 3.312,00 €
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>- 4.250,00 €</b>	<b>- 3.785,00 €</b>	<b>- 3.312,00 €</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS</b>	<b>- 38.664,00 €</b>	<b>20.738,00 €</b>	<b>21.985,00 €</b>
Impost sobre beneficis		- 6.221,40 €	- 6.595,50 €
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>- 38.664,00 €</b>	<b>14.516,60 €</b>	<b>15.389,50 €</b>

Font: elaboració pròpia

L'escenari mostra millors resultats finals de l'exercici a finals d'any però no s'ha assolit aquesta opció perquè aquesta reducció d'inversions referents al producte CREC Coliving resta qualitat al propi coliving i els nombres tampoc són suficientment bons com per poder encarar els possibles inconvenients que suposaria aquesta baixada de qualitat.

## 12.2. PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES DELS TRES PRIMERS ANYS

### Ingresos:

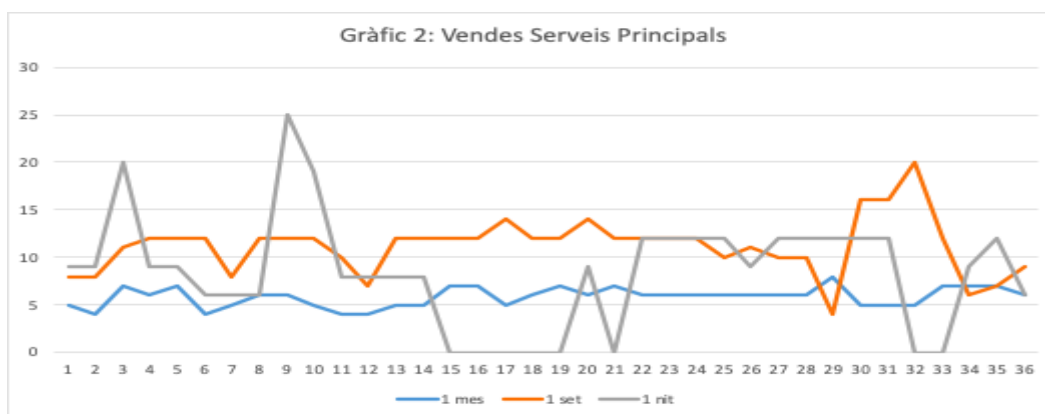
Pel que fa els ingressos, el CREC Coliving compta amb tres serveis principals o pilars base donada la naturalesa del projecte, quatre serveis extres un cop contractat un dels principals i dos patrocinadors.

Taula 24: Productes/serveis del CREC Coliving

PRODUCTES / SERVEIS	TIPUS	COMPRES		PV	IPC	MARGE	IVA		PAGUES	COBRES
		INICIALS	PC				Compres	IVA Vendes		
H. 1 mes	Servei			1.000,00	2%	100,00%	21,00%	21,00%	Comptat	Comptat
H. 1 semana	Servei			350,00	2%	100,00%	21,00%	21,00%	Comptat	Comptat
H. congressos	Servei			70,00	2%	100,00%	21,00%	21,00%	Comptat	Comptat
Neteja	Producte	0	10,00	15,00	2%	33,33%	21,00%	21,00%	30 dies	30 dies
Bugaderia	Producte	0	7,50	10,00	2%	25,00%	21,00%	21,00%	30 dies	30 dies
Transport	Producte	0	20,00	30,00	2%	33,33%	21,00%	21,00%	Comptat	Comptat
Sala de reunions	Servei			20,00	2%	100,00%	21,00%	21,00%	Comptat	Comptat
Café Saula (patrocinadors)	Servei			150,00	2%	100,00%				
Moritz (patrocinadors)	Servei			150,00	2%	100,00%				

Font: elaboració pròpia amb la plantilla de Barcelona Activa

Aquests serveis, els quals aporten la major quantitat d'ingressos a finals d'any, són: la contractació d'una habitació per a un total de un mes (principalment destinada als autònoms/freelance), la contractació d'habitació per a una setmana (principalment per als nòmades digitals) i finalment l'habitació d'una sola nit/dia (principalment per al turista de congressos). El cost unitari és de 1.000€, 350€ i 70€, respectivament.



Font: elaboració pròpia

En aquests gràfic s'aprecien les fluctuacions al llarg dels tres anys en quant a les vendes dels tres serveis principals; estància d'un mes, d'una setmana i d'una nit:

- Pel que fa al servei de estància d'un mes (representat de color blau), s'observa un línia més constant al llarg dels tres anys i amb el menor nombre de vendes excepte en comptades ocasions, ja que al disposar de únicament 10 habitacions i sent aquest el servei amb la durada d'estància més llarga, com a mitjana no acostuma a sobrepassar les 6 habitacions contractades al mes. A destacar la pujada en el segon mes d'obertura, un cop ja és més conegut el coliving, una sistemàtica pujada finalitzant l'estiu amb la intenció de reprendre l'activitat professional d'aquest target, i també les baixades als mesos de fred degut a les dates nadalenques i de família.
- De color taronja, l'estància d'una setmana enfocada al nòmada digital, ja trobem més fluctuacions, condicionats per les habitacions disponibles del coliving, les altes temperatures dels estius i la tardia resposta del públic objectiu per a aquest servei. A destacar una important caiguda al mes de maig del tercer any d'obertura a conseqüència de la suma de ser un mes previ al estiu i l'important augment de venda d'habitacions d'un mes però sobretot d'un nit, que ara detallarem. També important mencionar l'increment molt significatiu del tercer any, un cop ja ha traspasat fronteres el coneixement del coliving i ens trobem en el mesos més atractius per els nòmades digitals; Juliol i Agost.
- Per últim, representat de color gris, el servei d'estància d'una nit, el servei creat per el turista de congressos i que, tal i com es pot apreciar, es tracta del servei principal que més fluctua al llarg dels tres primers anys. Aquests moviments venen condicionats principalment per campanyes de màrqueting i publicitat especialitzades, la comunicació amb empreses, la disposició d'habitacions i la celebració de determinats congressos entre d'altres condicionants. A destacar l'augment del mes de febrer a conseqüència del MWC, o del mes de setembre per inversions en la comunicació i publicitat enfocada al turista, motiu per el qual més endavant es crear "certa estabilitat" en les vendes d'aquest servei.

Important mencionar també la caiguda de març a juny del segon any condicionats (o complementats desde el punt de vista del CREC Coliving) per l'augment de les vendes del dos servei restants.

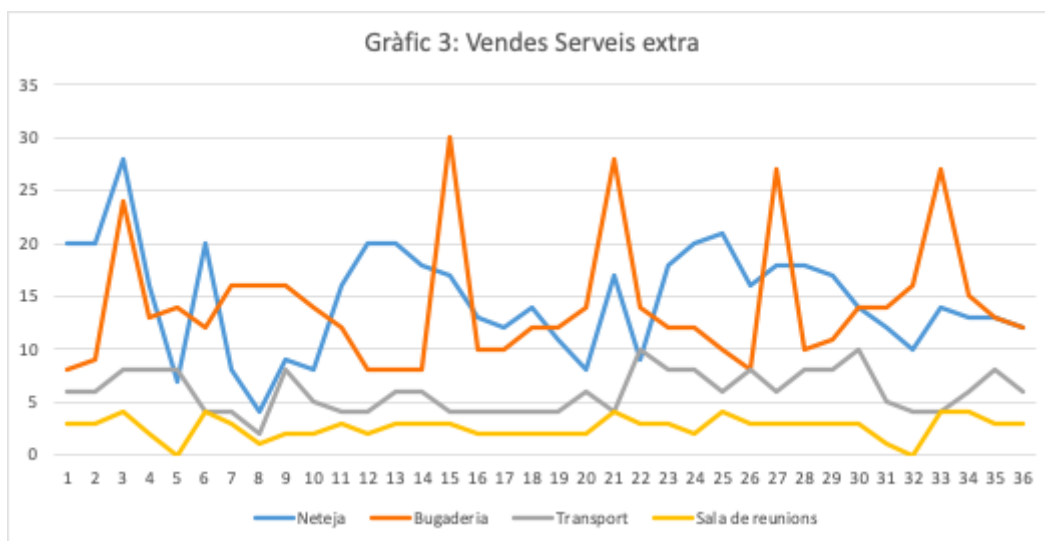
Per tal de sintetitzar tota aquesta informació a nivell quantitativ, a continuació es mostren les dades en quant a vendes, ingressos i percentatges dels tres serveis principals al llarg dels primers anys:

Taula 24: Vendes dels serveis principals

	SERVEIS PRINCIPALS			TOTAL
	1 mes	1 set	1 nit	
<b>VENDES</b>				
ANY 1	63	124	134	<b>321</b>
ANY 2	73	148	61	<b>282</b>
ANY 3	74	131	108	<b>313</b>
<b>INGRESOS</b>				
ANY 1	63.000 €	43.400 €	9.380 €	<b>115.780 €</b>
ANY 2	73.000 €	51.800 €	4.270 €	<b>129.070 €</b>
ANY 3	74.000 €	45.850 €	7.560 €	<b>127.410 €</b>
<b>APORTACIÓ EN % DELS INGRESOS</b>				
ANY 1	54,4	37,5	8,1	<b>100</b>
ANY 2	56,6	40,1	3,3	<b>100</b>
ANY 3	58,1	36,0	5,9	<b>100</b>

Font: elaboració pròpia

Passant als serveis addicionals o extres un cop ja contractada una modalitat d'habitació, compta amb quatre serveis dels quals tres d'ells s'adquireixen a un cost inferior al a la venda del mateix mentre que el servei extra restant no té cap cost per el CREC Coliving. Així doncs, neteja, bugaderia i el servei de transport (de l'aeroport al coliving i viceversa), com es pot observar en l'anterior taula, tenen un ingrés unitari de 15€, 10€ i 30€ respectivament i el servei de sales de reunió (sense cap preu de compra) que suposa un ingrés de 20€ per cada contractació.



Font: elaboració pròpia

En aquest gràfic s'aprecien les fluctuacions al llarg dels tres anys en quant a les vendes dels quatre serveis extrems; neteja, bugaderia, transport i sala de reunions:

- El servei de neteja, de color blau en el gràfic, és una modalitat de servei que té com a principal consumidor l'hoste d'estància mensual ja que el servei consisteix en la neteja íntegra de l'habitació privada del coliver. Així doncs ve condicionat per aquest públic però sobretot, tal i com es pot veure en els pics del gràfic, són els mesos en que fa més fred i, per tant, els que més temps es troba el hoste dintre del coliving i de la seva habitació, els mesos que més es sol·licita aquest servei.
- Representat de color taronja, el servei de bugaderia es considera un dels que el nòmada digital però sobretot el turista de congressos (1 nit) més utilitza degut a la curta estància i a la necessitat, per part del congressista, de disposar de roba neta i planxada d'un dia per l'altre per els seus meetings. És per això que s'aprecia una regularitat de pics en els mesos de gener-febrer i setembre-octubre.

- El transport, de color gris, ve totalment lligat al turista de congressos però també al nòmada digital. En aquest cas moltes menys les demandes i responen als períodes que més freqüenten aquests dos públics.
- Per últim, de color groc està representat el servei de sales de reunió, el servei amb menys demanda ja que pràcticament són només el autònoms o pymes qui utilitza aquest servei, és a dir, aquells que estiguin com a mínim 1 mes al coliving, i, al tractar-se d'un servei que ja disposen només seran els colivers que més necessitat tinguin d'ampliar les seves reserves de sales de reunions.

Per tal de sintetitzar tota aquesta informació a nivell quantitatiu, a continuació es mostren les dades en quant a vendes, ingressos i percentatges dels quatre serveis extra al llarg dels primers anys:

Taula 25: Vendes serveis extra

<b>SERVEIS EXTRA</b>					
	Neteja	Bugaderia	Transport	Sala de reunions	<b>TOTAL</b>
<b>VENDES</b>					
ANY 1	176	162	67	29	<b>434</b>
ANY 2	177	170	68	31	<b>446</b>
ANY 3	178	177	79	34	<b>468</b>
<b>INGRESOS</b>					
ANY 1	2.640 €	1.620 €	2.010 €	580 €	<b>6.850 €</b>
ANY 2	2.655 €	1.700 €	2.040 €	620 €	<b>7.015 €</b>
ANY 3	2.670 €	1.770 €	2.370 €	680 €	<b>7.490 €</b>
<b>APORTACIÓ EN % DELS INGRESOS</b>					
ANY 1	38,5	23,6	29,3	8,5	<b>100%</b>
ANY 2	37,8	24,2	29,1	8,8	<b>100%</b>
ANY 3	35,6	23,6	31,6	9,1	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia

En quant als ingressos respecte a aportacions econòmiques dels patrocinadors, tant Moritz com Café Saula aporten 150€ mensualment cada un d'ells ( a més del producte



per la consumició en el coliving) que suposa un ingrés total a final d'any de 3.600€ conjuntament.

**Despeses:**

Les despeses, tal i com veurem a continuació en la taula, tenen un pes molt significatiu el primer any, amb una diferència de pràcticament 50.000€ respecte els següents anys per les raons que seguidament exposarem.

Taula 26: Total despeses Any 1

<b>ANY 1</b>	<b>TOTAL</b>
Lloguers	600
Rentings	0
Reparacions	0
Serveis professionals independents	6.000
Transports	0
Primes d'assegurança	379
Serveis Bancaris	45.900
Despeses Finançament	45.900
Altres servies bancaris	0
Marketing i Publicitat	6.051
Subministraments	8.160
Altres Serveis	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>67.090</b>

Font: elaboració pròpia amb la plantilla de Barcelona Activa

El primer any de funcionament del CREC Coliving consta d'un total de 67.090€ que principalment venen condicionats per les despeses de finançament o serveis bancaris. Aquesta partida suma una quantia de 45.900€, unes despeses justificades i derivades del procés de realització de la hipoteca (anteriorment detallat en l'apartat de finançament) que es sol·licita a banc ING per el valor de 270.000€.



Seguint en ordre de més a menys en quant a volum de despesa, trobem una partida essencial per el desenvolupament de l'activitat del CREC Coliving, els subministraments. Aquesta despeses suposen la sortida de 680€ mensuals i a final d'any un total de 8.160€, en les quals van incloses despeses com aigua, gas, electricitat i internet, any rere any.

Seguidament, amb una despesa anual de 6.051€ el primer any, trobem les despeses en màrqueting i publicitat, una quantia que dista molt del segon i tercer any en funcionament ja que es realitza un seguit de campanyes i accions que suposen un total de 3.251,24€, detallat en el pla de comunicació del primer any. Sobre aquesta quantitat s'inclou els 233€ mensuals al llarg dels tres anys, destinats a la comunicació i al posicionament de CREC Coliving.

En quant a les empreses externes contractades, en la partida de serveis professionals independents s'inclou els 200€ mensuals en la gestió de finances i RRHH per part de Lleuresport, 200€ mensuals del servei de neteja per part de Netspot i, per últim, 100€ de la gestió de la pàgina web i aspectes relacionats per part de 080 Webs. Tots junts sumen un total de 6.00€ anuals.

Finalment, amb una despesa de 378,96€ i imputat únicament al mes de gener cada any, trobem en la partida de primes d'assegurança l'assegurança de responavilitat civil per el CREC Coliving i ,amb una despesa mensual de 50€ i un total anual de 600€, la plaça de parking llogada en el Parking Òscar a dos carrers de les instal·lacions que mantindres els tres anys.

Tot i haver matisat anteriorment aquelles despeses que perduren passat el primer any, en les següents taules es mostren les despeses anuals del primer i segon any amb la important diferència econòmica de les despeses de finançament i les campanyes de màrqueting i publicitat del primer any.

Taula 27: Total despeses Any 2 i 3

ANY 2	TOTAL	ANY 3	TOTAL
Lloguers	612	Lloguers	624
Rentings	0	Rentings	0
Reparacions	0	Reparacions	0
Serveis professionals independents	6.120	Serveis professionals independents	6.242
Transports	0	Transports	0
Primes d'assegurança	379	Primes d'assegurança	379
Serveis Bancaris	0	Serveis Bancaris	0
Despeses Finançament	0	Despeses Finançament	0
Altres servies bancaris	0	Altres servies bancaris	0
Marketing i Publicitat	2.856	Marketing i Publicitat	2.913
Subministraments	8.323	Subministraments	8.490
Altres Serveis	0	Altres Serveis	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>18.290</b>	<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>18.648</b>

Font: elaboració pròpia amb la plantilla de Barcelona Activa

### 12.3. COMPTE DE RESULTATS DELS 3 PRIMERS ANYS

A continuació es mostra el pèrdues i guanys dels tres primers anys:

Taula 28: Pèrdues i guanys

PÈRDUES I GUANYS	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
Vendes	126.230,00 €	142.479,00 €	144.095,00 €
Aprovisionaments	- 4.315,00 €	- 4.493,00 €	- 4.877,00 €
Despeses de personal	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €
Altres despeses d'explotació	- 67.090,00 €	- 18.290,00 €	- 18.648,00 €
Amortització de l'immobilitzat	- 26.535,00 €	- 29.043,00 €	- 29.143,00 €
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>- 39.149,00 €</b>	<b>23.214,00 €</b>	<b>23.988,00 €</b>
Despeses financeres	- 4.605,00 €	- 4.101,00 €	- 3.589,00 €
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>- 4.605,00 €</b>	<b>- 4.101,00 €</b>	<b>- 3.589,00 €</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS</b>	<b>- 43.754,00 €</b>	<b>19.113,00 €</b>	<b>20.399,00 €</b>
Impost sobre beneficis		- 5.733,90 €	- 6.119,70 €
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>- 43.754,00 €</b>	<b>13.379,10 €</b>	<b>14.279,30 €</b>

Font: elaboració pròpia

En el quadre anterior es poden apreciar els ingressos i les despeses i els resultats finals.

En el primer any tenim unes pèrdues importants perquè en el compte d'altres despeses d'explotació tenim les despeses de finançament que són altes ja que la xifra

demanada per la hipoteca és elevada i no hi ha impost sobre beneficis perquè no hi han beneficis.

En el segon any les vendes augmenten un 13% respecte del primer, el que fa que els aprovisionaments també siguin superiors als del primer any, les despeses d'exploració baixen considerablement i es situen en una xifra més realista perquè ja no es tenim la despesa per demanar la hipoteca. Al final del primer any s'obtenen uns beneficis de 13.379,10€.

El tercer any té unes vendes més estandarditzades amb el segon, la pujada és d'un 1%, la resta de despeses són similars a les del segon any i el resultat final de l'exercici encara el poc increment de les vendes és un 7% superior al de l'any anterior amb un resultat de 14.279,30€.

Les amortitzacions s'han de tenir en compte, són elevades principalment per les construccions, és a dir la nau. Aquestes amortitzacions són deduïbles i són una pèrdua de valor de l'immobilitzat però es vol reflectir el compte de resultats sense aquestes ja que no és una despesa real.

Taula 29: Pèrdues i guanys sense amortitzacions

<b>PÈRDUES I GUANYS</b>	<b>31/12/2021</b>	<b>31/12/2022</b>	<b>31/12/2023</b>
Vendes	126.230,00 €	142.479,00 €	144.095,00 €
Aprovisionaments	- 4.315,00 €	- 4.493,00 €	- 4.877,00 €
Despeses de personal	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €
Altres despeses d'exploració	- 67.090,00 €	- 18.290,00 €	- 18.648,00 €
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>- 12.614,00 €</b>	<b>52.257,00 €</b>	<b>53.131,00 €</b>
Despeses financeres	- 4.605,00 €	- 4.101,00 €	- 3.589,00 €
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>- 4.605,00 €</b>	<b>- 4.101,00 €</b>	<b>- 3.589,00 €</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS</b>	<b>- 17.219,00 €</b>	<b>48.156,00 €</b>	<b>49.542,00 €</b>
Impost sobre beneficis		- 5.472,30 €	- 5.858,10 €
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>- 17.219,00 €</b>	<b>42.683,70 €</b>	<b>43.683,90 €</b>

Font: elaboració pròpia

En aquest pèrdues i guanys es pot apreciar com les amortitzacions són un gran pes per a l'empresa i la comparativa dels resultats varia el primer any en un 39% més i als dos anys següents més d'un 300%.

Amb aquests càlculs es vol mostrar com les despeses del primer any són encara que elvades asumibles, que a partir del segon es poden cobrir i en el tercer ja serien beneficis reals.

## 12.4. ESCENARIS D'INGRESSOS I DESPESES

En aquest apartat es poden apreciar l'escenari optimista i el pesimista els quals es comparen amb l'escenari realista que és el mencionat fins ara en els altres apartats.

### Optimista:

A continuació s'exposen els supòsits per un escenari optimista:

- La venda del servei setmanal augmenta un 16% de l'escenari realista al optimista en el primer any, un 28% en el segon i un 35% en el tercer per l'ascens dels nòmades digitals i que cada vegada es coneix més CREC Coliving. Això implica una baixada de les vendes en el paquet de l'estància mensual ja que el nombre d'habitacions és limitat però no és un problema ja que el setmanal és el que més ingressos genera. Deixem la mateixa quantitat de paquets d'un mes que es troba al realista, per al primer any, a l'optimista i després una baixada d'un 8% en el segon any i un 9% en el tercer.

Taula 30: Mostra de la venda de serveis per a dos escenaris

Setmanal	Realista	Optimista	%
2021	124	144	116%
2022	136	174	128%
2023	131	177	135%
Mensual	Realista	Optimista	%
2021	59	59	100%
2022	73	67	92%
2023	74	67	91%

Font: elaboració pròpia

- Rebuda d'una subvenció de l'ajuntament de Mataró per al foment de l'activitat econòmica la qual cobreix les llicències per obres en un 100%, la quantia d'aquestes és de 2.115€ i 1.000€ per crear nous llocs de treball.
- Obtenció d'un nou patrocinador el qual ingressa 150€ mensuals.

Per a mostrar aquests supòsits s'exposa el compte de resultats en el que es veu com augmenta l'import de les vendes i es reflecteix la subvenció.

Taula 31: Compte de resultats per l'escenari optimista

PÈRDUES I GUANYS	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
Vendes	135.580,00 €	147.477,00 €	155.436,00 €
Aprovisionaments	- 4.315,00 €	- 4.493,00 €	- 4.877,00 €
Despeses de personal	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €
Altres despeses d'explotació	- 67.090,00 €	- 18.290,00 €	- 18.648,00 €
Amortització de l'immobilitzat	- 26.535,00 €	- 29.043,00 €	- 29.143,00 €
Imputació de subvencions		3.115,00 €	
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>- 29.799,00 €</b>	<b>31.327,00 €</b>	<b>35.329,00 €</b>
Despeses financeres	- 4.605,00 €	- 4.101,00 €	- 3.589,00 €
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>- 4.605,00 €</b>	<b>- 4.101,00 €</b>	<b>- 3.589,00 €</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS</b>	<b>- 34.404,00 €</b>	<b>27.226,00 €</b>	<b>31.740,00 €</b>
Impost sobre beneficis		- 8.167,80 €	- 9.522,00 €
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>- 34.404,00 €</b>	<b>19.058,20 €</b>	<b>22.218,00 €</b>

Font: elaboració pròpia

En aquest pèrdues i guanys es pot apreciar com el resultat de l'exercici del primer any es tenen menys pèrdues i al dos següents el resultat de l'exercici augmenta en 5.679,1€ el segon any i 7.938,7€ el tercer any.

### **Pesimista:**

A continuació s'exposa l'escenari pesimista el qual també es compara amb l'escenari realista, per aquests escenari es fan els següents supòsits:

- Pèrdua dels dos patrocinadors, Café Saula i Moritz en el que es refereix a l'aport econòmic.



- Disminució de les vendes del pack de congressos ja que es suposa que és el públic al que més costarà arribar. La disminució del primer any pesimista en front del realista és d'un 29%, la del segon any un 5% y la del tercer any un 15,5%.

Taula 32: Comparació venda de pack de congressos realista/pesimista

CONGRSSOS	Realista	Pesimista	%
2021	45	32	-28,89%
2022	21	20	-4,76%
2023	32	27	-15,63%

Font: elaboració pròpia

- La venda esta exposada per packs no per dies, cada pack és de 3 dies.

Degut a la pèrdua de l'aportació econòmica dels patrocinadors i la baixa de les vendes en el pack de congressos en el compte de resultats es reflexa de la següent forma:

Taula 33: Compte de resultats pesimista

PÈRDUES I GUANYS	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
Vendes	119.900,00 €	138.735,00 €	138.384,00 €
Aprovisionaments	- 4.315,00 €	- 4.493,00 €	- 4.877,00 €
Despeses de personal	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €	- 67.439,00 €
Altres despeses d'explotació	- 67.090,00 €	- 18.290,00 €	- 18.648,00 €
Amortització de l'immobilitzat	- 26.535,00 €	- 29.043,00 €	- 29.143,00 €
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>- 45.479,00 €</b>	<b>19.470,00 €</b>	<b>18.277,00 €</b>
Despeses financeres	- 4.605,00 €	- 4.101,00 €	- 3.589,00 €
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>- 4.605,00 €</b>	<b>- 4.101,00 €</b>	<b>- 3.589,00 €</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS</b>	<b>- 50.084,00 €</b>	<b>15.369,00 €</b>	<b>14.688,00 €</b>
Impost sobre beneficis		- 4.610,70 €	- 4.406,40 €
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>- 50.084,00 €</b>	<b>10.758,30 €</b>	<b>10.281,60 €</b>

Font: elaboració pròpia

En aquesta taula es poden apreciar com els resultats de l'exercici són menors que els de l'escenari pesimista. El primer any la baixada és d'un 14% (-6.330€), el segon un 20% (-2.620,8€) i el tercer un 28% (-3.997,7€). Són sumes que faran que costi més retornar les pèrdues del primer any.

## 12.5. PLA DE TRESORERIA DELS TRES PRIMERS ANYS

En el pla de tresoreria es veuen reflexades les entrades de capital les quals en el primer mes són molt elevades perquè els socis posen capital i demanen la hipoteca, la resta de les entrades vénen donades en base a les vendes de cada mes i els patrocinadors i el cobrament de l'IVA al mes d'abril. En quant a les sortides de caixa el primer mes d'obertura també són elevades per les grans inversions que es fan per posar en marxa el servei, el pla de màrqueting i les despeses que genera tenir en funcionament del CREC Coliving, a la resta dels mesos només es tenen les despeses bàsiques pel funcionament a més del pagament segons els serveis extres contractats, les despeses derivades del personal com el salari, l'IRPF i la seguretat social i IVA a pagar cada tres mesos. A continuació s'exposa una taula resumida amb el pla de tresoreria de l'escenari realista.

Taula 34: Pla de tresoreria per a l'escenari realista

	Entrades	Sortides	SALDO FINAL
31/01/2021	530.491,00 €	-687.588,00 €	-157.097,00 €
30/04/2021	118.982,00 €	- 12.123,00 €	- 46.673,00 €
31/08/2021	13.286,00 €	- 9.798,00 €	- 43.906,00 €
31/12/2021	9.111,00 €	- 9.907,00 €	- 43.126,00 €
31/01/2022	12.802,00 €	- 16.809,00 €	- 47.132,00 €
30/04/2022	14.705,00 €	- 18.749,00 €	- 43.839,00 €
31/08/2022	14.854,00 €	- 9.938,00 €	- 36.010,00 €
31/12/2022	14.452,00 €	- 10.561,00 €	- 28.544,00 €
31/01/2023	13.863,00 €	- 18.631,00 €	- 33.312,00 €
30/04/2023	14.074,00 €	- 18.989,00 €	- 30.559,00 €
31/08/2023	15.661,00 €	- 9.963,00 €	- 19.076,00 €
31/12/2023	12.759,00 €	- 10.086,00 €	- 15.143,00 €

Font: elaboració pròpia

La taula es una mostra de quatre mesos per any i es tenen les entrades de caixa, les sortides i el saldo final. El primer any és un any difícil en el qual es fan moltes inversions i les vendes, ingressos, no superen les sortides, això fa que la resta d'anys encara que en el pèrdues i guanys s'obtingui un resultat positiu, es comporta aquest

escenari negatiu i no s'obtingui un saldo final positiu. El que sí es pot apreciar es com aquest saldo negatiu va disminuint en 141.954€, un 90%, des de el començament de l'activitat fins al finalitzar el tercer any, per les xifres vistes es presumeix que en el quart any aquest saldo passarà a ser positiu.

A continuació es mostra i argumenta el pla de tresoreria per l'escenari optimista i pesimista d'ingressos i despeses avaluats en l'apartat anterior:

### **Escenari optimista:**

En l'escenari positiu a més d'obtenir més vendes en el servei en el que s'obtenen més beneficis, la venda per setmanes, es guanya la subvenció i s'aconsegueix un nou patrocinador, el que suposa més entrades de caixa, per contra les sortides segueixen sent les mateixes que a l'escenari realista. A continuació es mostra la taula resumida en 4 mesos per any les entrades i sortides de caixa i el saldo final.

Taula 35: Pla de tresoreria per a l'escenari optimista

	Entrades	Sortides	SALDO FINAL
31/01/2021	530.491,00 €	-690.693,00 €	-160.203,00 €
30/04/2021	119.451,00 €	- 11.840,00 €	- 45.377,00 €
31/08/2021	13.709,00 €	- 9.516,00 €	- 38.920,00 €
31/12/2021	10.382,00 €	- 9.625,00 €	- 35.985,00 €
31/01/2022	14.530,00 €	- 20.701,00 €	- 42.156,00 €
30/04/2022	14.767,00 €	- 19.325,00 €	- 33.896,00 €
31/08/2022	14.854,00 €	- 9.650,00 €	- 26.600,00 €
31/12/2022	14.946,00 €	- 10.480,00 €	- 17.553,00 €
31/01/2023	15.625,00 €	- 22.558,00 €	- 24.486,00 €
30/04/2023	14.137,00 €	- 19.619,00 €	- 19.950,00 €
31/08/2023	15.283,00 €	- 9.670,00 €	- 5.336,00 €
31/12/2023	14.081,00 €	- 10.390,00 €	3.311,00 €

Font: elaboració pròpia

En l'escenari optimista s'aprecia com les entrades de caixa són superiors i les despeses es mantenen. El que fa que el saldo final dels dos primers anys a 31 de desembre segueixi sent negatiu però amb una pujada positiva del 17% el primer any i un 49% el segon any, comparant-lo amb les mateixes dates de l'escenari realista, per



últim en el tercer any s'obté un saldo final positiu a final d'any, el que suposa que els deutes ja no sobrepassen les entrades, ja que aquests nombres negatius es deuen principalment a les inversions del primer any.

### **Pesimista:**

A l'escenari pesimista a més de perdre l'aport econòmic dels patrocinadors també baixen les vendes del pack de congressos mentre que les despeses es mantenen. A continuació s'exposa la taula resumida pel pla de tresoreria a l'escenari pesimista.

Taula 36: Pla de tresoreria per a l'escenari pesimista

	Entrades	Sortides	SALDO FINAL
31/01/2021	530.491,00 €	-687.588,00 €	-157.097,00 €
30/04/2021	119.276,00 €	- 12.123,00 €	- 48.073,00 €
31/08/2021	13.286,00 €	- 9.798,00 €	- 45.306,00 €
31/12/2021	9.111,00 €	- 9.907,00 €	- 45.988,00 €
31/01/2022	17.294,00 €	- 16.676,00 €	- 45.370,00 €
30/04/2022	14.705,00 €	- 19.218,00 €	- 43.236,00 €
31/08/2022	14.076,00 €	- 9.938,00 €	- 36.185,00 €
31/12/2022	13.416,00 €	- 10.466,00 €	- 31.313,00 €
31/01/2023	19.943,00 €	- 18.091,00 €	- 29.461,00 €
30/04/2023	13.017,00 €	- 19.483,00 €	- 30.109,00 €
31/08/2023	15.661,00 €	- 9.963,00 €	- 21.248,00 €
31/12/2023	12.230,00 €	- 10.325,00 €	- 19.031,00 €

Font: elaboració pròpia

Finalment en l'escenari es pot contemplar com costa més superar les despeses de les inversions principals encara que normalment per mes es tenen més entrades de caixa que sortides menys quan s'ha de pagar IVA i IRPF conjuntament.

Es pot observar com a final del tercer any s'ha recuperat un 88% del deute que es tenia al principi, pel que es pot presuposar que en un màxim de dos anys es comença a tenir un saldo final positiu.

## 12.6. CONCLUSIONS

Per concloure si el negoci és viable, l'anàlisi es centra en l'escenari realista.

### - Fons de maniobra

Taula 37: Fons de maniobra

FONS DE MANIOBRA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Actiu corrent	-37.928	-19.525	-2.537
Passiu corrent	35.892	38.279	38.031
<b>FONS DE MANIOBRA</b>	<b>-73.820</b>	<b>-57.804</b>	<b>-40.568</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

Les xifres del fons de maniobra són negatives el que implica que el CREC Coliving no té liquidesa i no pot cobrir imprevistos o deutes a curt termini. No es creu necessari un impuls de capital immediat, ja que el fons de maniobra va millorant any rere any. En el cas que es necessiti un aport de capital es parlarà entre els socis per saber que opció dur a terme, demanar un préstec o fer una aportació de capital.

### - EBITDA

Taula 38: EBITDA

EBITDA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
<b>BAI</b>	<b>-43.754</b>	<b>19.112</b>	<b>20.399</b>
Intereses	4.605	4.101	3.589
<b>BAII</b>	<b>-39.149</b>	<b>23.213</b>	<b>23.988</b>
Amortitzacions	26.535	29.043	29.143
<b>EBITDA</b>	<b>-12.614</b>	<b>52.257</b>	<b>53.131</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

A partir de l'EBITDA s'analitzen els beneficis reals de l'empresa sense tenir en compte els interessos i les amortitzacions, els quals al CREC Coliving influen molt perquè les amortitzacions són elevades. Si s'observen les xifres es pot observar una obtenció més alta del beneficis en front al pèrdues i guanys.

- Rendibilitat dels ingressos

Taula 39: Rendibilitat dels ingressos

<b>RENTABILITAT DELS INGRESSOS</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Inversió	126.230	142.479	144.095
BAI	-43.754	19.112	20.399
<b>RENTABILITAT DELS INGRESSOS</b>	<b>-34,66%</b>	<b>13,41%</b>	<b>14,16%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

A la rentabilitat dels ingressos es fa l'anàlisi arran els ingressos per les vendes i els patrocinadors i dona el percentatge que implica extreure les despeses. El primer any no es significatiu ja que es calcula amb base negativa però als anys següents les despeses es poden cobrir amb un 86,59% dels ingressos el segon any i un 85,84% el tercer. S'espera que a mesura que passin els anys la rentabilitat augmenti per tenir vendes cada any un mica més elevades.

- Rendibilitat de la inversió

Taula 40: Rendibilitat de la inversió

<b>RENDIMENT DE LA INVERSIÓ</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Inversió	520.300	300	300
BAI	-43.754	19.112	20.399
<b>RENDIMENT DE LA INVERSIÓ</b>	<b>-8%</b>	<b>6371%</b>	<b>6800%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

El rendiment de la inversió és una xifra que canvia dràsticament. El primer any no s'obté rendiment, ja que es fan totes les inversions importants, que tenen una amortització més lenta, això implica que els dos anys següents la inversió sigui mínima i per tant el rendiment molt elevat.

- VAN

Taula 41: VAN

VAN			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Any	1	2	3
Cash-flow	-43.126	14.581	13.401
Taxa actualització	2,00%	2,00%	2,00%
Valor Actualitzat	-42.280	14.015	12.628
<b>VAN</b>	<b>85.797</b>	<b>128.077</b>	<b>114.062</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

La VAN o valor actual net, permet calcular el valor present de fluxos de caixa futurs originats per la inversió. Com ja s'ha mencionat en molts punts, l'inversió ha sigut molt elevada, el que implica que la VAN doni valors molt positius.

- Punt d'equilibri

Taula 42: Punt d'equilibri

PUNT D'EQUILIBRI			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	126.230	142.479	144.095
Despeses Fixes	165.669	118.873	118.819
Marge Brut	121.915	137.986	139.219
% MB	96,58%	96,85%	96,62%
<b>PUNT D'EQUILIBRI</b>	<b>171.532</b>	<b>122.744</b>	<b>122.981</b>
<b>PUNT D'EQUILIBRI MENSUAL</b>	<b>14.294</b>	<b>10.229</b>	<b>10.248</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

El punt d'equilibri del primer any és molt elevat degut a les altes inversions i despeses, en els dos anys següents el punt d'equilibri encara que és elevat és asumible, ja que és un 86% i un 85% del valor dels ingressos.

- Rendiment de fons

Taula 43: Rendiment de fons

RENDIMENT DELS FONS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	126.230	142.479	144.095
BAI	-43.754	19.112	20.399
<b>Rendiment dels fons</b>	<b>-26%</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de la plantilla de Barcelona Activa

El rendiment de fons mostra la rendibilitat de l'exploració de l'activitat anualment sobre els serveis venuts. El primer any és una mica pesimista per ser l'any d'obertura i el rendiment és negatiu però millora al segon any, en el qual les vendes augmenten.

- ROS, ROE i ROA

Taula 44: ROS, ROE i ROA

	2021	2022	2023
ROS	-31%	16%	17%
ROE	-21%	6%	6%
ROA	-9%	3%	3%

Font: elaboració pròpia

L'any 2021 tots els ratis calculats són negatius perquè tant el resultat d'exploració com el benefici net són negatius.

Pel que fa als altres dos anys en el ROS es pot dir que són bons números, en el ROE al tenir els recursos propis molts elevats ens dona una xifra baixa, per últim, el ROA en aquest cas passa el mateix que amb el ROE, CREC Coliving té un actiu molt elevat que fa que les xifres siguin una mica baixes.

Com a conclusió per l'anàlisi fet es pot avaluar que el primer any és complicat i difícil que deixa els comptes en negatius i un retorn del deute de més de dos anys.

Sense mirar el primer any la resta de ratis pels altres dos anys són esperançadors, ja que tots són positius i van en augment. El que preocupa és el fons de maniobra però com ja s'ha dit va millorant.

Pot ser que en aquests moments un inversor vegi potencial i vulgui aportar capital o bé prefereix esperar-se a que les xifres siguin més favorables, però tot i així no esperem l'entrada a curt termini d'altre accionista.

### 13. CONCLUSIONS

Abans d'extreure les conclusions volem justificar l'abast suplementari que hem fet en l'elaboració d'aquest projecte compartit. Destacar, doncs, que hem optat per estendre i realitzar matisos en relació al pacte socis per tal de sortir beneficiats donada la nostra posició d'inferioritat davant el CREC, ja que nosaltres, la Mariona i l'Álvaro, conjuntament, sumem un 20% de l'empresa envers al 80% del que disposa l'empresa CREC. Com ja es diu en el mateix apartat el pacte s'haurà de negociar però pensem que amb la nostra proposta serà més fàcil aconseguir bones condicions.

Un cop realitzat aquest treball i analitzat detalladament tots els aspectes que influeixen en la creació del CREC Coliving, s'han extret un seguit de conclusions i valoracions que determinan la resolució d'aquest projecte:

- **Nova vessant turística per el CREC:** CREC Coliving vol fer de l'empresa CREC una empresa que, a més de vetllar per la comoditat professional del públic local, compti amb un producte que atregui a un públic que actualment no està abundant, com és el turístic i, gràcies a aquest projecte, així ho pot aconseguir. Tant el pack de congressos com l'adaptació del servei per fer del nòmada digital un client potencial per el CREC Coliving, tal i com s'ha exposat al llarg del treball, són els elements clau permeten complir aquest propòsit.
- **Entrada a un nou i potencial mercat:** L'oficina compartida, és a dir, els coworkings i la seva manera de fer i compartir les coses, és un mercat que cada cop té més força està tenint més influència sobre segons quins segments, i és per això que endinsar-se en el mercat de l'habitatge-oficina, però sense deixar de banda la aquesta filosofia de coexistir i col·laborar, diversifica l'enfocament de l'empresa i ataca directament al sentiment i a les necessitats

econòmiques de molts autònoms i pimes que busquen créixer professionalment, fer contactes i estalviar.

- **Una oportunitat donada la poca i dispersa competència:** El coliving és un model de negoci en creixement i de recent implementació mundialment però sobretot al territori espanyol. Sabent això i un cop realitzat un anàlisi de la escassa competència, una competència amb desigualtat de preus i de target en multitud d'ocasions, CREC Coliving es troba amb una oportunitat de destacar i marcar diferència.
- **Una extensa comunitat de coworkers i colivers:** Les sinergies és un dels pilars sobre el qual es subjecten els colivings i coworkings com a manera de funcionar però, en el cas del CREC Coliving, es converteix amb un dels més significatius diferenciadors. Com a mitja, agafant de referència els 19 colivings analitzats a nivell nacional, un coliving acull un total de 9 membres, limitan les sinergies únicament entre ells. CREC Coliving, en canvi, compte, a més dels 10 colivers, amb un total de 189 coworkers o, dit d'una altra manera, de possibles sinergies. En definitiva, aquesta extensa comunitat augmenta la diversitat de professions i les probabilitats de trobar una persona amb qui complementar-se i evolucionar en els seus respectius projectes, un avantatge que permet un molt positiu posicionament del CREC Coliving sobre la resta.
- **Aprofitar l'inèrcia del CREC com a empresa ja existent:** L'oportunitat de comptar amb els recursos del CREC al tractar-se d'una nova línia de negoci per l'empresa, genera una significativa comoditat a l'hora de gestionar segons quins recursos i de posicionar-se. L'aportació econòmica, l'experiència, la garantia prèvia en la contractació d'empreses externes i la compartició de medis de comunicació i promoció com xarxes socials o pàgina web, en resultat ser elements que han facilitat el desenvolupament del projecte i que provoca un sentiment de confiança i col·laboració per part de l'empresa CREC al ser ells una part indispensable.

- **Viabilitat econòmica i projecció de futur del projecte:** Tot i tractar-se d'un projecte amb una inversió inicial de més de mig milió d'euros acompanyat d'una hipoteca amb altes despeses de gestió, els pronòstics realistes confirmen que, mantenint els mateixos preus dels serveis principals i extres, les despeses generades el primer any no només són asumibles sinó que el tercer any ja es contrarresten convertint-se en beneficis reals per el CREC Coliving. Un pròsper escenari que permet materialitzar aquest projecte i fins i tot, en el cas de seguir aquesta estela creixent, de la mateixa manera que CREC disposa de tres coworking, crear nous coliving amb diferents ubicacions i metes.



## 14. WEBGRAFIA

Coasis coliving: <https://coasiscoliving.com/> (15/10/2019)

CREC Poble Sec: <https://crec.cc/coworking-poble-sec/> (15/10/2019)

Facebook CREC: [https://www.facebook.com/pg/CRECbcn/reviews/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/CRECbcn/reviews/?ref=page_internal) (15/10/2019)

Instagram CREC: <https://www.instagram.com/crecbcn/> (16/11/2020)

Instagram Coasis: <https://www.instagram.com/coasiscoliving/> (24/11/2020)

Facebook Coasis:  
[https://www.facebook.com/pg/coasiscoliving/reviews/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/coasiscoliving/reviews/?ref=page_internal) (24/11/2020)

Web A Landing Pad: <https://www.alandingpad.com/> (24/11/2019)

Instagram A Landing Pad: <https://www.instagram.com/barcelonacoliving/> (01/12/2020)

Facebook A Landing Pad:  
[https://www.facebook.com/pg/BarcelonaColiving/reviews/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/BarcelonaColiving/reviews/?ref=page_internal) (01/12/2020)

Web Mataró: <https://www.mataro.cat/> (27/12/2020)

Solicitud dels plànols de la nau:  
<https://seu.mataro.cat/oficina/solicitudes/detallesSolicitud.do?id=85705&action=examinar> (27/12/2019)

Noticia turisme de congressos:  
[https://www.hosteltur.com/107779\\_espana-se-situa-en-la-cuarta-posicion-mundial-en-turismo-de-congresos.html](https://www.hosteltur.com/107779_espana-se-situa-en-la-cuarta-posicion-mundial-en-turismo-de-congresos.html) (15/01/2020)

Mapa criminalitat Europa:  
<https://www.eulixe.com/articulo/infografia-del-dia/cual-es-ratio-criminalidad-cada-pais-europeo/20190917170820016560.html> (20/01/2020)

Noticia turisme de congressos:  
[https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018884\\_ranking-icca-2019-espana-tercer-pais-que-mas-congresos-organiza.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018884_ranking-icca-2019-espana-tercer-pais-que-mas-congresos-organiza.html) (30/01/2020)

Xarxes socials més utilitzades: <https://www.nextu.com/blog/top-10-redes-sociales/> (30/01/2020)

Cancelació als hotels: <https://www.pricetravel.com.mx/ayuda/cancelacion-hotel>

(01/02/2020)

Pressupost plànol: <http://lcingenierosbcn.com/contact.html> (01/02/2020)

<https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20190514/turismo-congresos-barcelona-2019-viajes-placer-estancias-largas-itma-medicos-convention-bureau-7454193>

(10/02/2020)

Hotels Mataró: <http://visitmataro.cat/es/planifica-es/donde-alojarse> (10/02/2020)

Noticia turisme de congressos:

[https://www.hosteltur.com/107779\\_espana-se-situa-en-la-cuarta-posicion-mundial-en-turismo-de-congresos.html](https://www.hosteltur.com/107779_espana-se-situa-en-la-cuarta-posicion-mundial-en-turismo-de-congresos.html) (11/02/2020)

Noticia turisme de innovació:

[https://www.hosteltur.com/132946\\_que-puede-aprender-el-turismo-de-la-innovacion-en-otros-sectores.html](https://www.hosteltur.com/132946_que-puede-aprender-el-turismo-de-la-innovacion-en-otros-sectores.html) (16/02/2020)

Dades sobre autònoms:

<https://www.bcn.cat/estadistica/angles/dades/ttreball/afiliats/autonoms/autgrs/g18.htm>

(16/02/2020)

Web especialitzada en coworkings;

<http://www.comunidadcoworking.es/coworking-barcelona/> (17/02/2020)

Preu lloguer a Mataró:

[https://www.enalquiler.com/precios/precio-alquiler-vivienda-mataro\\_11-9-28798-0.html](https://www.enalquiler.com/precios/precio-alquiler-vivienda-mataro_11-9-28798-0.html)

(17/02/2020)

Preu mig de lloguer:

<https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/negocio/cuales-son-precios-medios-alquiler-oficinas/20190117174132120527.html> (20/02/2020)

Curs community builder: <https://www.euroinnova.edu.es/Community-Builder-Joomla>

(10/04/2020)

Societats jurídiques:

<https://www.autonomosyempreendedor.es/articulo/guias-de-emprendimiento/tipos-societades-formas-juridicas-caracteristicas/20161217183257010005.html> (15/04/2020)

Guia pacte de socis: <https://lanzadera.es/como-hacer-un-pacto-de-socios/>

(16/04/2020)

Guia pacte de socis:

<https://loogic.com/clausulas-de-un-pacto-de-socios-en-una-startup-explicacion-sencilla-de-un-no-abogado/> (16/04/2020)

Cèdula d'habitatge:

<https://www.api.cat/noticias/requisitos-para-obtener-la-cedula-de-habitabilidad/>  
(18/04/2020)

Asesoria:

[https://ayudatpymes.com/asesoria?gclid=EAlaIqObChMI7pTO9J\\_16AIVEkPTCh0uQ\\_uEAAYASAAEgKcrfD\\_BwE](https://ayudatpymes.com/asesoria?gclid=EAlaIqObChMI7pTO9J_16AIVEkPTCh0uQ_uEAAYASAAEgKcrfD_BwE) (19/04/2020)

Conveni administratiu: [https://www.boe.es/eli/es/res/2019/11/26/\(4\)/dof/spa/pdf](https://www.boe.es/eli/es/res/2019/11/26/(4)/dof/spa/pdf)  
(23/04/2020)

Regulació allotjament turístic a Espanya:

<https://www.lenguaj juridico.com/regulacion-de-las-empresas-de-alojamiento-turistico-en-espana/> (23/04/2020)

Botigues on es compra el mobiliari amb preu i característiques:

Cama conforama:

[https://www.conforama.es/cama-90x190-cm-con-cajon-game?gclid=EAlaIqObChMllaXCq5TG6QIVBZzVCh3\\_zQlgEAQYDCABEgK9EfD\\_BwE](https://www.conforama.es/cama-90x190-cm-con-cajon-game?gclid=EAlaIqObChMllaXCq5TG6QIVBZzVCh3_zQlgEAQYDCABEgK9EfD_BwE) (22/05/2020)

Sofa ahorrototal:

<https://www.ahorrototal.com/es/sofas-y-conjuntos/41531-sofa-3-plazas-arancha-marengo-155-cm.html?gclid=EAlaIqObChMI4PD8-> (22/05/2020)

Sillón conforama: <https://www.conforama.es/sillon-tela-cupido> (22/05/2020)

Mesa menjador sklum:

[https://www.sklum.com/es/comprar-mesas-comedor/63222-mesa-kerhen.html?id\\_c=123948&gclid=EAlaIqObChMI4\\_evpZfG6QIVELTVCh2SDg\\_7EAQYASABEgJUcPD\\_BwE](https://www.sklum.com/es/comprar-mesas-comedor/63222-mesa-kerhen.html?id_c=123948&gclid=EAlaIqObChMI4_evpZfG6QIVELTVCh2SDg_7EAQYASABEgJUcPD_BwE) (22/05/2020)

Taula plegable manomano:

<https://www.manomano.es/p/homcom-mesa-plegable-de-pared-para-cocina-y-comedor-60x40x15cm-mesa-auxiliar-color-blanco-madera-madera-3094098> (22/05/2020)

Colchon latiendahome:

<https://www.latiendahome.com/colchon-viscosensitive-memory-dream-de-home-15674.html?P=colchonesviscoelasticosproductslisting&opId=YToxOntpOjE7czoyOilyMyI7fQ=>

[=&utm\\_medium=cpc&utm\\_source=google&utm\\_campaign=Shopping%20Colchones%20Top&utm\\_term=Gshopping-380441625067&utm\\_product=15674-610912-n&utm\\_content=g\\_169090326149\\_&network=g&device=c&gclid=EAlaIQobChMI2Z7jhZnG6QIVx\\_hRCh1FoAeOEAQYASABEgKrZvD\\_BwE](https://www.google.com/search?q=colchones+blancos&utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_campaign=Shopping%20Colchones%20Top&utm_term=Gshopping-380441625067&utm_product=15674-610912-n&utm_content=g_169090326149_&network=g&device=c&gclid=EAlaIQobChMI2Z7jhZnG6QIVx_hRCh1FoAeOEAQYASABEgKrZvD_BwE) (22/05/2020)

Armari shiito:

[https://www.shiito.com/armario-2-p-2-caj-80-cm-184x81x52-blanco-essen.html?gclid=EAlaIQobChMI\\_42I5JnG6QIVWbvVCh0zcAPBEAQYAiABEgIEW\\_D\\_BwE](https://www.shiito.com/armario-2-p-2-caj-80-cm-184x81x52-blanco-essen.html?gclid=EAlaIQobChMI_42I5JnG6QIVWbvVCh0zcAPBEAQYAiABEgIEW_D_BwE) (22/05/2020)

Cadires sklum:

<https://www.sklum.com/es/comprar-sillas-brich-scand/6227-pack-4-sillas-brich->  
(22/05/2020)

Mobles de jardí planetahuerto:

[https://www.planetahuerto.es/venta-conjunto-de-muebles-de-jardin-diva-antracita\\_120010?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=google&utm\\_campaign=1748442868&utm\\_term=Gshopping-427500266291&gclid=EAlaIQobChMI5umgupvG6QIVieFRCh0gKQTDEAQYFyABEgJ0GPD\\_BwE](https://www.planetahuerto.es/venta-conjunto-de-muebles-de-jardin-diva-antracita_120010?utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_campaign=1748442868&utm_term=Gshopping-427500266291&gclid=EAlaIQobChMI5umgupvG6QIVieFRCh0gKQTDEAQYFyABEgJ0GPD_BwE) (22/05/2020)

Taula billar amazon:

[https://www.amazon.es/Devessport-Billar-plegable-Mil%C3%A1n/dp/B01MYDNJ7R/ref=asc\\_df\\_B01MYDNJ7R/?tag=googshopes-](https://www.amazon.es/Devessport-Billar-plegable-Mil%C3%A1n/dp/B01MYDNJ7R/ref=asc_df_B01MYDNJ7R/?tag=googshopes-) (22/05/2020)

Cadira oficina manomano:

<https://www.manomano.es/p/sillon-oficina-meeting-ii-color-negro-6637257> (22/05/2020)

Escritori miroytengo:

[https://miroytengo.es/mesas-escritorio-y-mesas-de-ordenador/2643-escritorio-varias-posiciones-color-blanco-artik-120x74x77-cm-8423490265247.html?gclid=EAlaIQobChMI6d7g2J3G6QIV2OFRCh1NbQfSEAQYCiABEgJLvd\\_BwE](https://miroytengo.es/mesas-escritorio-y-mesas-de-ordenador/2643-escritorio-varias-posiciones-color-blanco-artik-120x74x77-cm-8423490265247.html?gclid=EAlaIQobChMI6d7g2J3G6QIV2OFRCh1NbQfSEAQYCiABEgJLvd_BwE) (22/05/2020)

Cadira manomano:

[https://www.manomano.es/p/silla-omega-blanco-12062304?product\\_id=12382836](https://www.manomano.es/p/silla-omega-blanco-12062304?product_id=12382836)  
(22/05/2020)

Llibreria manomano:<https://www.manomano.es/librerias-y-estanterias-> (22/05/2020)

Barbacoa planetahuerto:

<https://www.planetahuerto.es/venta-barbacoa-carbon-supergrill-60-> (22/05/2020)

Llums de taula efectoled:

<https://www.efectoled.com/es/comprar-flexos-led-de-mesa/756-flexo-led-stick->

(22/05/2020)

Llums de peu efectoled:

<https://www.efectoled.com/es/comprar-lamparas-de-pie/5506-lampara-de-pie-klam->

(22/05/2020)

Mobles de cuina manomano:

[https://www.manomano.es/cocinas-completas-118?model\\_id=8414090&g=1&referer\\_id=689880&gclid=EAlaIqobChMlhK-MgKLG6QIVhojVCh3S5wjZEAQYGCABEgJG5\\_D\\_BwE](https://www.manomano.es/cocinas-completas-118?model_id=8414090&g=1&referer_id=689880&gclid=EAlaIqobChMlhK-MgKLG6QIVhojVCh3S5wjZEAQYGCABEgJG5_D_BwE) (22/05/2020)

Mobles bany thebath:

[https://www.thebath.es/lavabo-sobre-mueble-shiba.html?gclid=EAlaIqobChMlzdD0nKHG6QIVBoFVCh3YYQ9tEAQYFiABEgJgXfD\\_BwE](https://www.thebath.es/lavabo-sobre-mueble-shiba.html?gclid=EAlaIqobChMlzdD0nKHG6QIVBoFVCh3YYQ9tEAQYFiABEgJgXfD_BwE) (22/05/2020)

Mirall amazon:

[https://www.amazon.es/Espejo-Plateado-pl%C3%A1stico-Moderno-decoraci%C3%B3n/dp/B079SK32CH/ref=asc\\_df\\_B079SK32CH/?tag=googshopes-21&linkCode=df0&hvadid=435839326286&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=6447445879288646270&hvpone=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1005423&hvtargid=pla-908137887308&psc=1&tag=&ref=&adgrpid=100765056389&hvpone=&hvptwo=&hvadid=435839326286&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=6447445879288646270&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1005423&hvtargid=pla-908137887308](https://www.amazon.es/Espejo-Plateado-pl%C3%A1stico-Moderno-decoraci%C3%B3n/dp/B079SK32CH/ref=asc_df_B079SK32CH/?tag=googshopes-21&linkCode=df0&hvadid=435839326286&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=6447445879288646270&hvpone=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1005423&hvtargid=pla-908137887308&psc=1&tag=&ref=&adgrpid=100765056389&hvpone=&hvptwo=&hvadid=435839326286&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=6447445879288646270&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1005423&hvtargid=pla-908137887308) (22/05/2020)

<https://autocloudrenting.com/vehiculos-de-renting/renault-clio-business-energy-dci/>

(23/05/2020)

Subvenció:

<http://cido.diba.cat/subvencions/9344132/subvencions-per-al-foment-de-lactivitat-economica-per-a-lany-2020-ajuntament-de-mataro> (12/06/2020)

## 15. ANNEX

### 15.1 ENTREVISTA A JON HORMAETXE, DIRECTOR DEL COLIVING SUN & CO

Transcripció de l'entrevista telefònica a Jon:

**Álvaro (A): Buenas tardes Jon. Si te parece, empezamos ya con la primera pregunta. ¿Qué os hizo decantaros por este modelo de negocio?**

Jon (J): El coliving es un fenómeno súper nuevo, hay un poco de todo, ahora mismo hay como dos mercados, como dos industrias en el mundo del coliving. Una es la inmobiliaria, el housing market, un poco soy una persona que me mudo a una ciudad y necesito alojamiento y en vez de compartir piso durante diez meses o un año o una habitación compartida que no conozco los que hay alrededor y además por las flexibilidades que eso me ofrece me obligan a comprometerme un año, pagar los depósitos y, bueno, por varias razones yo me decanto por ir a un coliving que es lo que sería una residencia de estudiantes pero para profesionales. Eso es un coliving más enfocado a residencial, que le llamamos nosotros, que son estancias más largas de diez meses y eso sí que está dando mucho dinero, inversores. En Barcelona están los de Inedit que, bueno, ellos no hacen coliving como tal, digamos de tener un edificio grande pero si miramos en Madrid están los de Urban Campus, que esos sí que tienen ese tipo de modelo, ellos también ofrecen estancias largas pero sobre todo cortas. Luego nosotros que venimos un poco de la industria del turista, es decir, nosotros ofrecemos un servicio a un nuevo público que ha nacido en este mundillo, que es el nómada digital o el trabajador en remoto que digamos nosotros tenemos como tres públicos. Un 40% que están constantemente viajando y van haciendo paradas donde de estancia media se quedan tres semanas, y luego está el trabajador remoto. Por ejemplo hoy viene Cristian, es un sueco que es un trabajador remoto desde Estocolmo y viene una semana a Xabia a Sun&Co: uno, porque está cansado de la oscuridad y, luego, dos, porque si no se tendría que ir él solo a un hotel y prefiere venir a un sitio

donde hay más gente. Luego, hay un 20% o así que es el público que dice “mira me gusta este estilo de vida y quiero probar como funciona eso”. Entonces, para responder a tu pregunta lo que teníamos aquí montado antes era un hostel. Edu, que es el propietario, tenía aquí un hostel que era la casa de sus abuelos y hace siete años la reformó entera y montó aquí el Just Foster How, que es una marca diferente a Sun&Co, la cual funcionaba muy bien en verano pero en invierno estaba medio vacío, entonces ahí es cuando nos conocimos, que yo trabajaba en un espacio de coworking en Escocia y decidimos lanzar Sun&Co como alternativa para desestacionalizar. Es decir, la temporada alta iba muy bien pero la baja no, y nosotros tuvimos mucha suerte porque toda la inversión y todo el papeleo y todo el tema legal y toda la inversión ya estaba hecha para otro negocio que era este. En nuestro caso, Edu dijo “bueno, pues de perdidos al río, pues se prueba esto y si no pues habrá que hacer otra cosa”. A ver, yo vengo del mundo del coworking. Entre él que venía de la industria del turismo porque llevaba funcionando con el hostel ya tres años y yo que venía del mundo del coworking pues fue como el match perfecto. Como que él ya sabía todo lo que había que hacer para que un hotel funcionara y yo todo lo que se tenía que hacer para que el coworking funcionara. El coliving como nosotros lo entendemos y como nosotros lo ofrecemos es eso, una mezcla entre un hotel y un coworking fusionado y así es como se crea todo. Ya te digo, como me has dicho que es para el CREC y tal, yo te pongo el otro modelo, al final no sé qué tipo de público acabará teniendo el CREC. Es verdad que en mundo del coworking... mira el otro día estuve hablando con unos tíos de India. Allí en India, en Delhi, el que tiene que trabajar en un coworking porque está en una start-up y de donde vive quizás tiene que hacer dos horas o tres de camino. También está llamando mucho la atención las enceladoras, las start-ups, el coliving, si yo voy a una enceladora en Silicon Valley pues que ya tenga donde dormir y así poder conectar mucho más con las personas de otros programas y tal. Volviendo al ejemplo de Delhi, pues la empresa propia que tenga también pisos en la parte de arriba del coworking para que los empleados no tengan que hacer de idas y venidas todos los días al trabajo. Entonces, bueno, pues eso no tiene nada que ver con nuestro público, las necesidades son totalmente diferentes. Las necesidades que nosotros estamos dando, alojamiento a personas que si no irían a un hostel o a un hotel, donde no conocían a nadie, el internet sería malo, no pararían de conocer gente que va y viene y aquí pues

pueden bajar y tienen sitio donde las instalaciones son más profundas, que conviven durante quince días juntos, vaya.

**A: Cada uno tiene un tipo de público, sus necesidades, sus características**

J: Claro, por eso te digo, que haces coliving y, bueno, ya habrás visto tú en el coworking.

**A: Bueno, también hemos hecho un estudio de mercado y hemos visto mucho coliving diferente, suelen tener como las principales características que tienen en común son muy claras pero claro, hay muchas variantes. En Barcelona hay uno destinado al arte. Pero bueno, ya vemos el tuyo por el tema que va.**

J: Y luego también está todo el tema del cohousing y la vivienda compartida, que bueno eso ya es otro tema, pero bueno, no vamos a liar más la manta que ya está suficiente liada.

**A: Vale, ahora entramos en el tema ya del espacio, que, bueno, en primer lugar cuántos metros cuadrados tiene vuestro coliving?**

J: 500

**A: 500? Vale. Y el aforo, es decir, cuanta gente tenéis normalmente en el coliving?**

J: Es un poco flexible porque dependiendo de qué tipo de habitaciones elija la gente, claro, hay habitaciones de dos con camas separadas que se pueden convertir en habitaciones de uno, luego hay habitaciones de matrimonio para parejas que bueno luego solo la coge una persona y al final la medida sería de 16 máximo, 20 es maximísimo pero normalmente suele ser 16 los que hay cuando está lleno hasta los topes.



**A: Y de estas 16, ¿suelen hacer sinergias entre ellos o son pocos para que se ayuden en sus respectivos proyectos?**

J: Mira, a diferencia del coworking, una de las cosas que más flipé es que las evoluciones en los colivings, las relaciones en un coliving evolucionan muchísimo más rápido que en un coworking. Uno por el tamaño también y otro porque viven juntos, a nosotros se nos hace muy fácil que la gente colabore, que se creen sinergias y tal. Al final, tú piensas que generalmente tú colaboras o trabajas con gente que te cae bien y tú sabes eso, pues pasando muchos días durante muchos meses en un coworking en el que acabas conociendo a esa persona o viviendo una semana en una casa. Pues eso, al final la gente baja aquí abajo, se pone a currar, se toman un vino en el patio, se pone a hablar de su vida, están aquí cocinando un caldo de pollo. Lo que el coliving lo que da pie es a hablar de temas personales, porque tú de los temas personales los hablas en casa y los profesionales en la oficina. Un coworking al final es una oficina y sueles a hablar de temas profesionales a no ser que ya lleves mucho tiempo conociendo a esa persona y ya empiezas a hablar de los temas personales. En cambio, en tu lugar es donde hablas de los temas personales y, al final, todas esas cosas personales es lo que te hace conectar más con la persona que tienes al lado y, por ende, querer conocerla o no más y saber si quieres trabajar o no con esa persona. Nosotros también facilitamos que todo esto pase. Todos los lunes, hoy, a las siete, hacemos la family meeting que la llamamos, donde toda la gente de la casa nos reunimos y decidimos qué va a pasar durante la semana. Nosotros creemos que la comunidad se crea cuando tú das algo a los demás sin esperar nada a cambio y, entonces, siempre que hay un evento social, un evento profesional, que ellos sean los que lideren ese proyecto. A ver, igual te estoy respondiendo a otras preguntas.

**A: No, no. Ya nos va bien**

J: Que cojo carrerilla y eso, entonces también se crean. Bueno, el otro día en una presentación personal, bueno es una persona de la casa que prepara una presentación y explica a otros sobre esa empresa temática, y luego hay otro que se cocina un curry otra noche, entonces se genera un ambiente de yo doy, yo doy, yo

doy, yo preparo esto, yo preparo esto, yo preparo esto y es como que por arte de magia todo el mundo se pone a dar y no sé por qué una vez has creado esa dinámica es mucho más fácil que la gente que se ayude entre ellos, que se ponga uno que tiene un problema y se siente otro con él durante dos horas a explicarle sobre el SEO cuando igual le está cobrando al cliente 500€ la hora y no sé por qué se crea esa cercanía que es difícil encontrar en otros sitios.

**A: Vale, ya sabemos que hay habitaciones de dos personas, qué incluye cada habitación... ¿Hay algo que tengan en común cada una, tenéis un baño privado en cada habitación o cómo las tenéis distribuidas?**

J: Tenemos dos habitaciones con un baño privado y luego las otras seis son con baño compartido.

**A: El promedio de edad de los colivers, ¿así por lo general?**

J: Son de 33

**A: 33 más o menos, vale. También has hablado un poquito de esto, pero ¿cuál es el promedio de estancia en el coliving? Por lo general, ¿cuánto tiempo se suelen quedar?**

J: 3 semanas, o un mes o quince días. El mínimo es de una semana.

**A: Respecto al turismo, tenéis una importante afluencia en el coliving**

J: No hay turismo, no entiendo la pregunta.

**A: El turista es un target principal para vosotros?**

J: No, a ver, este sitio no está abierto para turistas. Es decir, sí o sí tienes que tener un trabajo remoto en el cual estás construyendo un proyecto y nosotros no estamos ni en

booking.com ni en airbnb ni en nada parecido principalmente porque no queremos atraer a turistas. Que este público es otro tipo de turismo que se está creando, sí, que ellos no se consideran turistas, también.

**A: ¿Dónde os publicáis?**

J: Nada, en nuestra web solo.

**M: ¿Solo la web?**

J: Sí. Principalmente la web porque lo que hemos querido evitar siempre es que vengan turistas. Así que sí o sí son gente que viene a Sun&Co. Esto tiene ventajas y desventajas, que tú abres un coliving en Barcelona y mucha gente o muchos nómadas digitales sin saber que tu coliving existe, están buscando en Barcelona y de repente les aparece tu coliving como alternativa de alojamiento válida y que les puede funcionar. Pero lo que suele pasar en ese tipo de colivings, que no está ni mejor ni peor, simplemente que el público o tipo de persona que te entra es más variado y cuanto más variedad existe menos similares son los unos con los otros o menos interconexión tienen. En cambio, aquí, es verdad que Xabia es como una joya escondida que ni yo conocía y nadie conoce Xabia y de repente se encuentra con Sun&Co. Eso, por una parte, es un poco peor porque tienes que hacer todo el marketing a otro lugar y mandar a todo el mundo a Xabia y, por otro lado todo, el que viene a Sun&Co, viene a Sun&Co.

**(La llamada empieza a fallar, se le desconectan los cascos y no nos escuchamos).**

J: Ay perdón, me habéis oído lo último, es que... perdón, se me ha saltado el auricular y no me he dado cuenta. ¿Dónde os habéis quedado?

**A: Que la gente que va es porque quiere ir al coliving.**

J: Eso es, ese es el resumen. La gente que viene a Sun&Co como nos conoce a través de la web y nadie conoce Xabia pues viene a Sun&Co. El que va a Barcelona pues de repente se encuentra con un coliving ahí y luego que en una ciudad pueden haber muchos tipos de personas. Esto es un pueblo tranquilo, en la costa.

**A: Cuando tenéis un exceso de demanda, si la tenéis, ¿cómo lo solucionáis?, es decir, ¿tenéis un tiempo de espera o una cola, por así decirlo¿ o ¿cómo lo hacéis?**

J: Nosotros damos 48 horas desde que una persona solicita una reserva hasta que lo reserva y ya está.

**A: Pero si una persona quiere ir al coliving y ve que no está disponible, ¿se puede poner en contacto con vosotros por si tenéis libre o para que le avisen si lo está?**

J: Sí, si tienes alguna reserva que se cae y tal te puedo avisar. También te digo una cosa, hay algunas fechas en octubre, otras fechas en abril, llevamos 4 años y es verdad que seguimos todos los años subiendo precios pero no acabamos de estar llenos todo el año. Yo ahora mismo no te puedo decir buah estamos tan llenos todo el año que tenemos que comprar otra casa aquí en Xabia y abrir otro coliving en Xabia porque es que vamos sobrados.

**M: ¿Qué llenáis más en verano?**

J: En verano, o sea, desde el dieci... este año creo que cerramos desde el 21 de junio hasta 1 de septiembre, Sun&Co está cerrado y abrimos el Just Hostel Xabia. El Just Hostel Xabia es un hostel normal y corriente donde estamos en booking.com, en airbnb, tenemos una capacidad para 48 personas, tenemos una recepción, check in, check out... A ver, es un hostel. Lo que pasa que es un hostel que tiene una mayor rentabilidad, la combinación de hostel con coliving es lo que hace, yo creo, más rentable en comparación con otros colivings de este tamaño porque al final es como

un coworking, un coworking pequeño que te salgan los números es jodido y un coliving pequeño pues es parecido. Pero es verdad que la combinación de los dos, pues se apoyan mucho unos a otros. Además, el nómada digital aunque sí que verano es un mes atractivo, abril y mayo también les va bien porque generalmente suele ser más barato y suele haber menos gente porque además esto no está tan masificado y no hace tanto calor y, en cambio, el turista pues sí que viene más en estos meses.

**A: ¿Tenéis algún tipo de programa de fidelización para los clientes? O quizás tampoco buscáis? o sea, es decir, ¿el cliente tampoco acostumbra a volver al coliving?**

J: Tenemos un programa que si ellos recomiendan a otra persona, por cada semana que se queda la otra persona, les regalamos una noche gratis. Es verdad que a muchos se les olvida que esto existe y vuelven porque realmente les gusta la experiencia y porque se convierten en fans. Al final, la relación con el cliente es súper cercana, total, que se convierten en tus amigos. Y muchos, como tienen esa libertad de volver cuando quieran porque tienen esa libertad de trabajar desde donde quieren, pues les es bastante conveniente para ellos. La tasa de retorno de Sun&Co es del 21%, es decir, 1 de cada 5 personas vuelve y siempre, siempre, siempre que viene alguien que ya ha estado más veces y viene a Sun&Co siempre se encuentra con alguien que no es su primera vez y esa es la mejor señal para nosotros de que estamos haciendo bien las cosas pero también es muy guay porque los veteranos de repente es como que te organizan las cosas, como saben cómo va la casa.

**A: Te hacen parte del trabajo.**

J: Sí, exacto.

**A: ¿Vosotros también vivís ahí?**

J: No, yo vivía pero ya no. Al principio yo vivía en la casa hace cuatro años y medio, cuando me mudé a Xabia, pues sí, al principio sí. Luego no, porque es demasiado, al

final tú necesitas tu espacio, necesitas hacer tu vida. La gente viene y va y aunque al principio es verdad que para mi la experiencia está, tanto personal como profesional, fue la bomba. Es verdad, no conocía el pueblo, no conocía a la gente y esto estaba arrancando y es verdad que yo me pasaba todo el día en la casa. Trabajar y no trabajar era lo mismo casi, muchas veces no lo diferencias porque yo me iba a hacer surf con ellos y no estoy trabajando o estoy comiendo o cenando y tampoco estoy trabajando, pero estoy. Al final, después de cuatro años sí que es importante que tú te construyas tu círculo de amigos que sí que va a estar durante más tiempo aquí y eso.

**A: Entonces el tiempo que está el coliving operativo y eso, ¿hay una persona que va llendo o hay una persona trabajadora del propio coliving que este ahí para hacer piña como un community builder o alguien que va intermitentemente?. ¿Cómo lo hacéis eso?**

J: Sí, siempre estamos de diez a diez, de diez de la mañana a diez de la noche. Siempre hay alguien y los fines de semana, entre cuatro y ocho horas al día, depende. Nos vamos turnando.

**A: Vale, vale, o sea que casi siempre hay alguien en el coliving, ¿no?**

J: Es verdad que si no hay nadie tampoco pasa nada, muchas veces estás por si pasa algo, más que porque haga falta. En un coworking quizás sí que necesitas a alguien por si hay alguien que viene a visitar, por si hay un coworker que tiene una visita de un cliente. Aquí no, aquí es el check in, check out. Cuando hay un checking, cuando viene la chica de la limpieza para decirle lo que tiene que limpiar, cuando viene el de las sábanas, poco más momentos en los que sí o sí hay que estar.

**A: En relación con lo que me has dicho de la chica de la limpieza, vosotros tenéis contratado a personal de limpieza, es una empresa externa, entiendo ¿no?**

J: No, es una chica Estefanía.

**A: ¿Sólo una chica tenéis contratada?**

J: Sí

**A: En cuanto a personal, a parte de ti mismo, ¿quién está y cómo? o sea, ¿qué cargos tenéis?**

J: Tenemos a Silvia, que se encarga un poco del marketing online, redes sociales, SEO, blog y así. Ella está a media jornada.

Luego está Siena, que está a jornada completa, que es la supervisora de Silvia y también hace prensa.

Luego también estamos ahora intentando sacar un proyecto que está más destinado a empresas, queremos intentar hablar con empresas y reeducar en el tema del trabajador remoto. Entonces, ese es un proyecto que estamos apostando bastante.

Luego yo soy la persona que se encarga de las ventas y de la parte operacional de la casa, es decir, que la experiencia sea como tiene que ser y que todo funcione en la casa como tiene que funcionar y eso.

Luego Edu sí que es el jefe del hostel, que también lo que te digo todos los que te he mencionado antes no trabajamos en verano. No trabajamos en el hostel, en el hostel hay otra plantilla y Edu está más encargado del hostel y de algunas cosas de Sun&Co.

**A: En cuanto a mantenimiento, cosas técnicas que puedan ocurrir en la casa, ¿esto cómo lo gestionáis?**

J: Como cosas técnicas, fontanería, luz, eso está externalizado. Sí, claro, cuando hay una avería se llama al técnico.

**A: Al ser algo puntual no es tan...**

J: Sí, no sé hasta qué punto, si tienes un coliving de 100 habitaciones pues igual sí que ya te interesa tener personal. Porque al final cuando se te rompe algo, pues al final te toca a ti, pero bueno.

**A: ¿Como actividades en el coliving, qué tenéis?, es decir, tenéis algunos servicios extras en vuestro coliving a parte del, digamos, el estándar que ofrecemos a cualquier coliver? Algún premium por así decirlo.**

J: Más que servicio extra sí que es una tarea pendiente el intentar venderles cosas que no sean solamente la estancia, pues el bautismo de buceo nosequé. Sí que con la escuela de surf, por ejemplo, sí que tenemos acuerdos y sí que vamos bastante y nos llevamos un porcentaje de ahí. Sí que es verdad que al final de año pues sí nos llevamos un piquito. Activamente no vendemos nada a añadir, hay uno que tiene la premium room, que le llamamos la premium room pero que lo único que tiene es una cama doble y un baño privado y que es grande. Pero luego también tenemos pantallas que la gente puede utilizar y no hacemos ningún tipo de diferenciación. O, por ejemplo, toda la parte de trabajo es hot desking, es flex, nadie tiene su propio espacio, es una mezcla, no sabría decirte porque sí que es verdad que al que más paga podrías decirle “¿pues quieres una mesa fija? pues 150€ más al mes”.

**A: Buscáis quizás un poquito más de igualdad, todos valéis lo mismo.**

J: Sí, y además me mola, me mola que haya un tío que paga 1.500€ al mes porque está en la premium room y, de repente, se pone a explicarle cómo funciona, yo que sé, su tienda online a uno que acaba de salir de la universidad y paga 660€ al mes, que tampoco es poco, pero joder, no sé, a mi me gusta. Me acuerdo de uno que se llama Xavier que tiene una empresa remoto que tiene bastantes empleados y el tío estaba en su premium room y sí que como valor diferencial mencionaba que hay un coliving que se llama outside que ahí son todo habitaciones privadas y sí que como que sabías que los que iban ahí, sí que iban a ser gente que controla, que planea o que tiene una empresa o lo que sea. En cambio acabó saliendo más contento por la diversidad y la variedad que había aquí. Entonces a mi me mola eso, tío, que lo puedan disfrutar, incluso que lo puedan disfrutar españoles porque sino aquí te pones a hacer un producto para americanos, porque para ellos es súper barato.



**A: Claro. Es más, nuestro enfoque es un poco más local, más de gente entre 25 y 35 años, autónomos, freelancers que trabaja con su ordenador, que vive en casa de sus padres aún tal vez y que busca pues poder combinar pues la independencia y un sitio donde trabajar, porque si no le sería muy caro pagar una vivienda y una oficina. Entonces buscamos un poquito eso.**

J: Sí, un modelo urban campus. La urban Campus también tiene coworking y una parte de coliving para vivir de media x meses.

**A: A ver, qué más tenemos por aquí, ¿tenéis patrocinadores o empresas que contribuyan de alguna forma a vuestro negocio?**

J: No

**A: Sois vosotros mismos únicamente, vale. Esto también nos interesaba, ¿tenéis algún tipo de normativas internas dentro del coliving o restricciones?**

J: ¿Para los clientes?

**A: Sí, para los clientes.**

J: Vale, tenemos como una especie de house guide. Tenemos, ya te digo, los lunes que es la family meeting, tenemos un espacio para que la gente, para que hablen entre ellos. Pues es que sí que me molaría que a partir de las once y media la gente ya estuviera en silencio porque hay mucho ruido y a mi me gusta levantarme pronto y tal.

**A: Un poquito a votación todo.**

J: Sí, bueno la única norma que hay es que en el patio no se puede estar a partir de las doce por los vecinos, pero no hay reglas así. Al final, cuanto más sientan que la casa es de ellos mejor, cuanto más responsables se sientan de lo que pase en la casa

mejor, es decir, si la cocina está sucia lo peor que te puede pasar es que piensen que ellos pagan por un servicio donde la cocina debería de estar limpia y que no piensen que que la cocina esté sucia es responsabilidad de ellos. Al final, si no estás recogiendo vasos como un inútil, entonces esas cosas siempre están claras, a la hora de hacer el check in tienes que dejarlo muy claro y luego va mucho el rollo que si la pila donde se recogen los platos está llena, no la recoges tú ya la recogerán ellos y si esta llena es su problema. Siempre intentamos empoderarlos a ellos y que la casa esté limpia y que la convivencia sea buena y tal. Si no, está ese espacio los lunes para hablarlo entre todos. Al igual que los eventos: si yo organizara todos los eventos para ellos, al final estarán pensando que están pagando por un servicio donde hay una persona que está organizando todos los eventos a ellos y, al final, lo que consigues es que el sentimiento de comunidad sea peor. Por lo que te he dicho antes, porque si de repente hay un tío al que yo le estoy pagando, está montando. Mira el sábado Siena montó una gincana con una app por todo Xabia de tres horas y la tía no le ha pagado nadie, ella es una cliente. Cuando la gente ve que hay de repente personas que están dando horas de su tiempo simplemente para aportar valor de vuelta a la comunidad es cuando se genera ese “hostia, pues yo también quiero dar”. Y luego está cuando David el sábado ha hecho una barbacoa de la hostia y se ponen todos a recoger los platos y la mesa y todo, se toman el postre después de limpiar porque se ha generado una dinámica donde todos contribuimos desde los eventos hasta la limpieza. Eso es súper importante.

**A: Hemos visto en vuestra web que tenéis salas de reuniones, bueno, como de conferencias, más bien.**

J: Sí, tenemos una skype room que, como todas las reuniones, las tienen por skype.

**A: Sí, el CREC tenía una como más pequeñita para esto, pero entonces no tenéis una sala de conferencias.**

J: Eso en ciudad sí que es más necesario, los coworkings sí que tienen eso, salas de conferencias, salas de reuniones, aquí al final nunca nos lo han pedido pero al ser un pueblo hay poca demanda de eso.

**A: Te preguntamos también bajo qué legislación se rige el coliving**

J: Nosotros somos un hostel.

**A: ¿Sois un hostel?**

J: Sí, como esto ya se montó todo el rediseño se hizo para ser un hostel, tenemos todo el papeleo de hostel, todos los extintores, las salidas de emergencia, las inspecciones y todo. Lo tenemos todo como si fuera un hostel, bueno un albergue turístico es la forma legal. Claro, así esto nos permite estancias de un día aunque la estancia mínima sea una semana.

Claro, en Barcelona ya no tiene licencias de hostales, pero bueno también buscáis otro tipo de público.

**A: Exacto. Bueno, estas han sido todas las preguntas que queríamos hacerte, así que muchas gracias por tu tiempo.**

J: A vosotros, ha sido un placer.

**(Fin de la llamada)**

## **15.2. PREGUNTES A CARLES LÓPEZ, DIRECTOR DEL CREC COWORKING**

Aquestes preguntes van ser enviades via mail.

### **1- Quins principals recursos té l'empresa CREC en l'àmbit financer, humà i/o tecnològic?**

A nivell financer, evidentment per iniciar-lo, comptes amb crèdits bancaris, etc., però el projecte es financia 100% amb els ingressos de coworkers i lloguers.

A nivell humà, comptem amb dos community builders per espai (matí i tarda), unes hores de manteniment extern i neteja.

A nivell tecnològic, has de comptar amb els ordinadors dels community, el programa de gestió que fem ús que és Nexodus i poc més.

### **2- Podries facilitar-me el balanç econòmic de l'empresa CREC? Necessitaria les dades econòmiques i financeres de l'empresa per estudiar la viabilitat del Coliving.**

Ho sento, però no tinc el control ni t'ho puc passar.

### **3- Quina és la cartera de productes actual de l'empresa? Tinc diversos productes ja seleccionats, però volia saber si teniu un llistat de tots aquells productes o serveis que l'empresa CREC ofereix als seus clients.**

Coworking (tarifes les tens a la web)

Lloguer

### **4- Quins són els principals canals de distribució que utilitza CREC Coworking? On ofereix i ven el seu producte.**

Google ads,

Facebook Ads,

Plataformes coworkings i lloguers.

**5- Quina és la política de comunicació de l'empresa? De quina forma promociiona CREC Coworking els seus serveis?**

Xarxes socials

Blog pàgina crec.

**6- Quins són els seus clients principals? Quin és el client potencial de l'empresa CREC Coworking o al que més interessa arribar? Teniu quantificats els vostres clients?**

Els nostres clientes són freelance, pymes o petites empreses i grans empreses.

Possiblement interessa més a les petites/mitjanes empreses.

**7- Teniu marcada una clara estratègia competitiva?**

Actualment, no podem competir amb espais. Els nous agents que han sorgit tenen espais molt potents. El nostre fet diferencial és el tracte proper i la feina de connectivitat que fem entre els coworkers, cosa que els altres com a tal no fan de forma dirigida.

**1- Quants coworkers teniu en cada Coworking? Eixample, Poble Sec i Sabadell.**

Crec PS: 147 coworkers

Crec Eix: 108 coworkers

Crec SB: 34 coworkers

**2- El turista és un públic destacable en els coworking? Quin percentatge sobre el total de coworkers són turistes?**

Turista com a tal, no, però persones estrangeres que viuen aquí, és un 30% del total.

**3- De quina forma col·labora Cafè Saula, Moritz i Lleuresport com a entitats de suport sobre CREC?**

Temes diferents: Mortiz i Saula fan descompte a coworkers com altres partners que tenim (apple, pàrquings saba, etc.), en el cas de Lleuresport com altres coworkers (080, duit, etc.) fem intercanvi de serveis entre les dues empreses col·laborant.

Exemple: Els donem més hores de sala i l'altra empresa ens porta part de les xarxes socials, etc. fem intercanvis.

**4- El servei de neteja i manteniment de les instal·lacions de CREC, són treballadors d'una empresa externa contractada? Quin és el vostre modus operandi al respecte?**

En el nostre cas, són empreses externes, ho preferim per la gestió del personal.

**5- Estem realitzant una enquesta per contrastar estudis de mercat en relació amb el Coliving, creus que seria possible passar aquesta enquesta als coworkers de CREC donat que són, en la seva majoria, persones que encaixen en el nostre públic objectiu?**

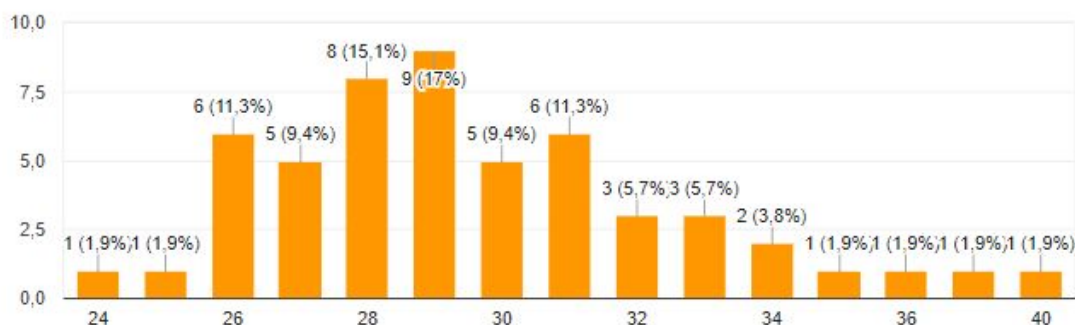
Passa'm i puc intentar-ho pero no són molt prolífics a això, sincerament.

### 15.3. ENQUESTES

Per tal de conèixer les seves preferències, el lloc des d'on solen treballar, la predisposició a viure a un coliving (i, concretament, si Mataró és una opció viable), s'han realitzat una sèrie d'enquestes als coworkers de CREC, que representen el públic objectiu del projecte en qüestió. Els resultats d'aquestes mostren, entre altra informació, l'existència de diferència d'edat i residència, tot i que aquesta última principalment és a Barcelona i a Sabadell, ciutats on es troben situats els coworkings.

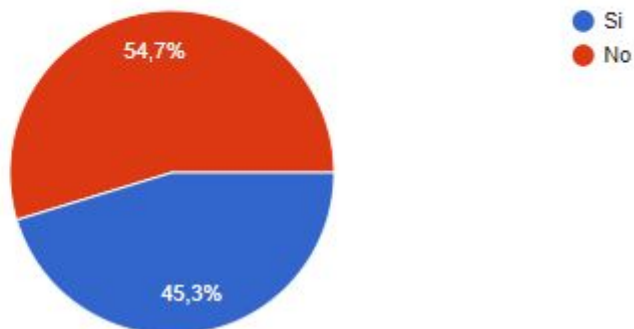
Edat

53 respostes



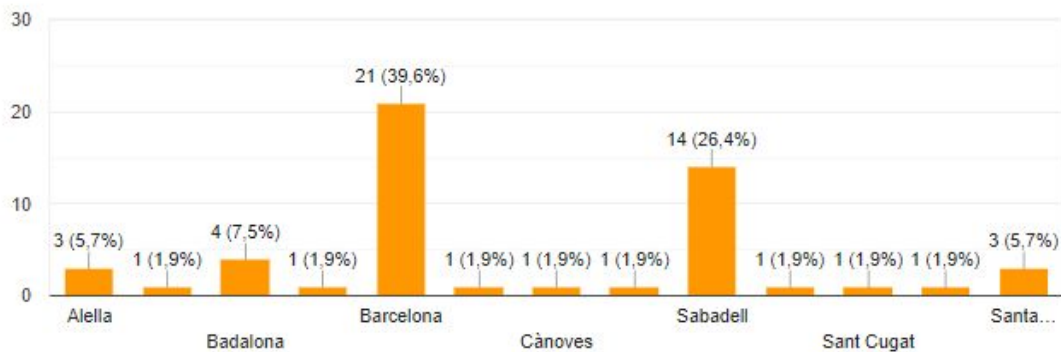
### ¿Et trobes emancipat?

53 respostes



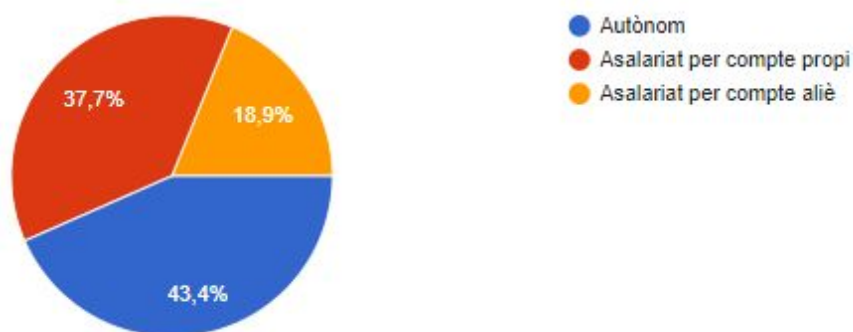
### Lloc de residència actual (Localitat)

53 respostes



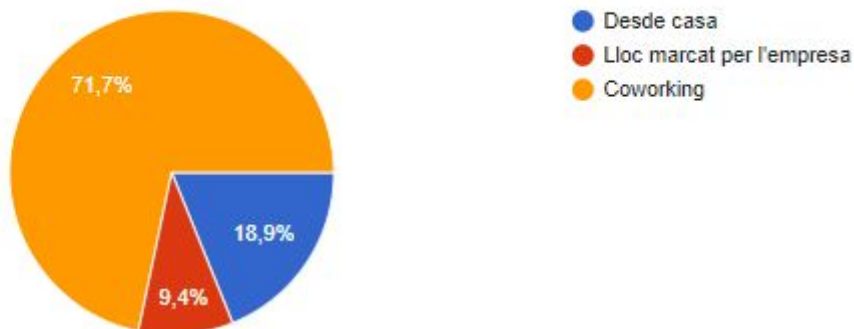
### Tipus de contracte

53 respostes



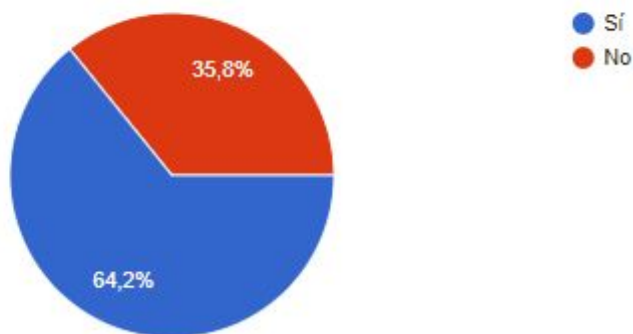
### Lloc de treball

53 respostes



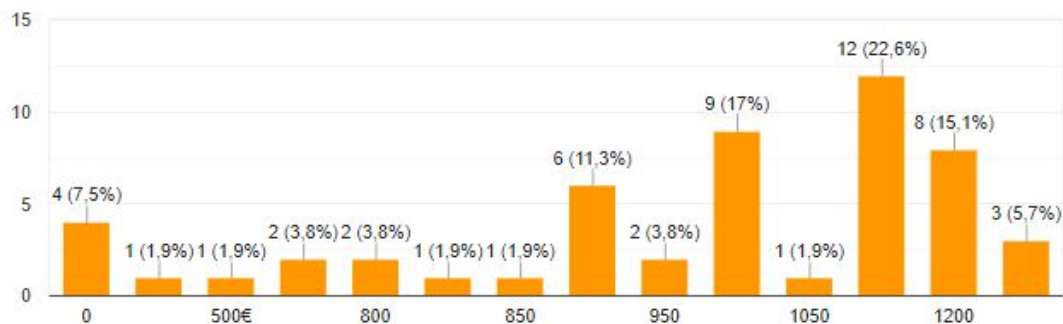
### Coneixies l'existència dels Colivings?

53 respostes



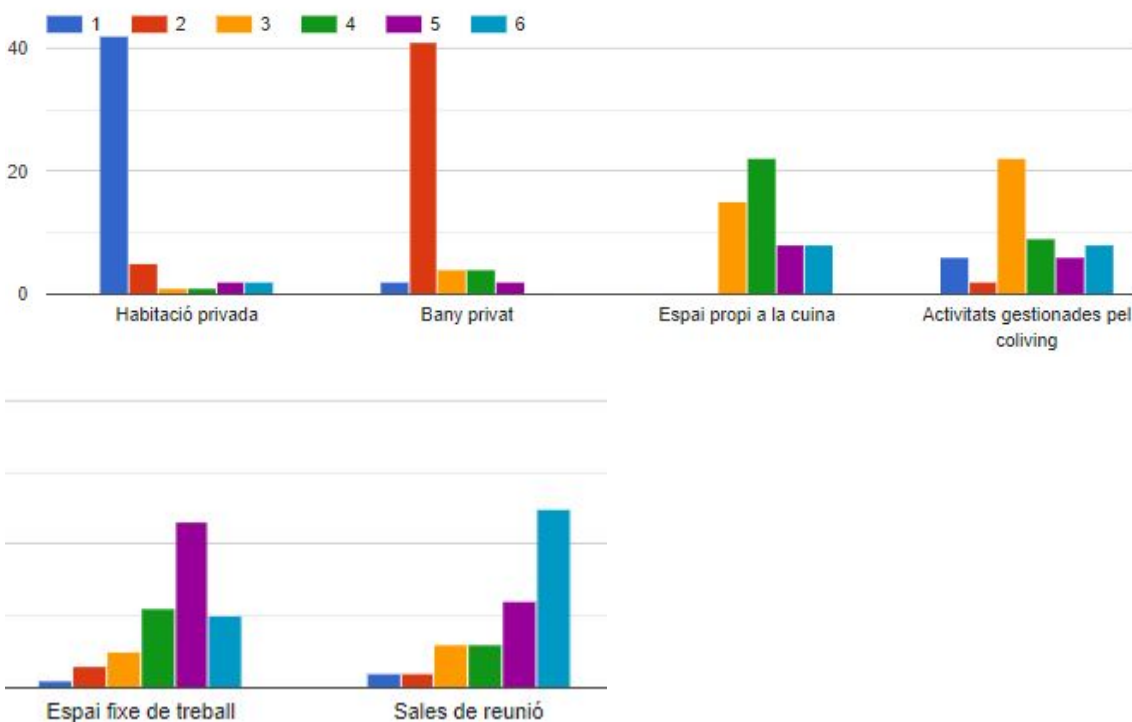
### Quant estaries disposat a pagar per una vivenda compartida on poder tenir un espai de treball?

53 respostes



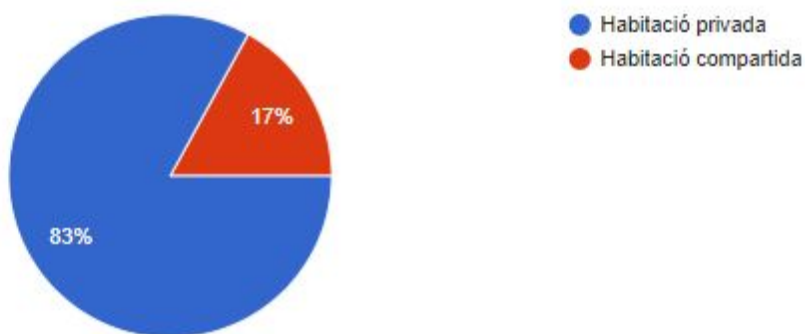


Què trobaries més important en un coliving?



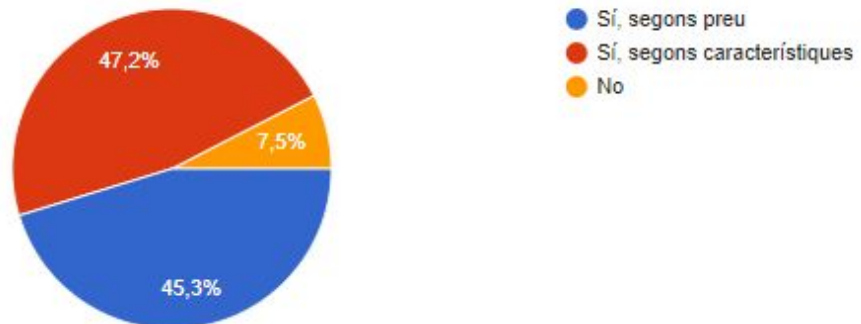
Prefereixes la comoditat d'una habitació privada o les avantatges econòmics d'una habitació compartida?

53 respostes



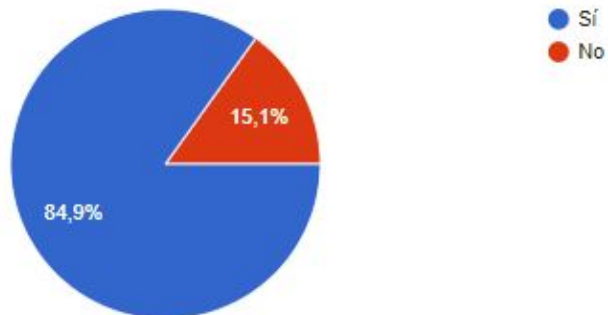
Estaries disposat a viure a un coliving?

53 respostes

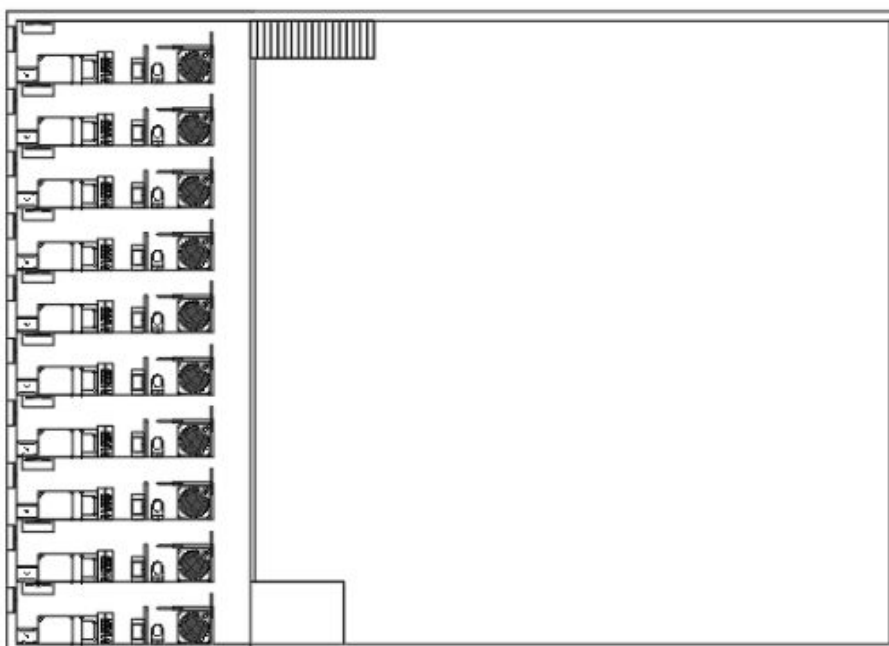
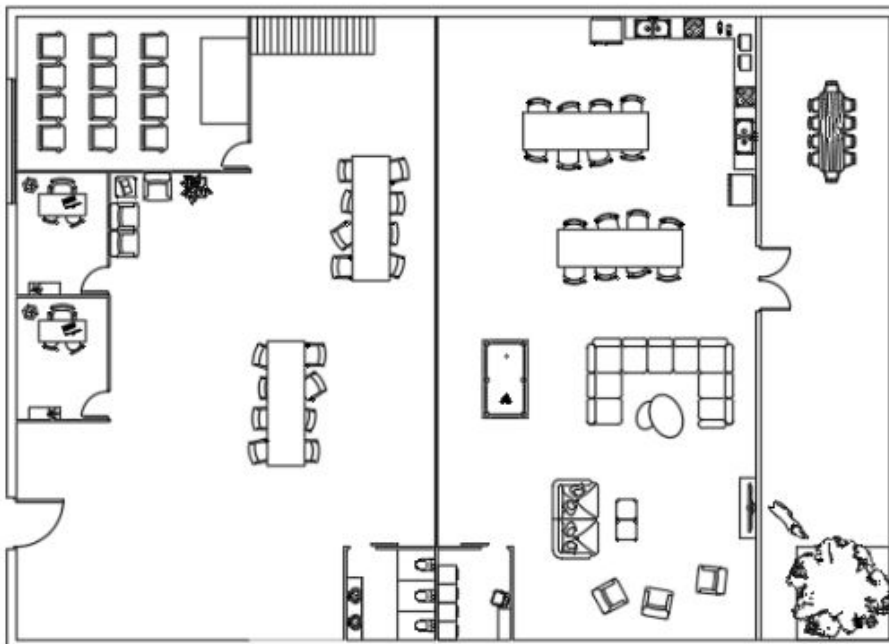


Si la resposta anterior ha estat afirmativa, estaries disposat a viure a un coliving a Mataró?

53 respostes



## 15.4. PLÀNOLS NAU INDUSTRIAL CREC COLIVING



## 15.5. ARTICLE NÒMADA DIGITAL (HOSTELTUR):

[https://www.hosteltur.com/116363\\_nomadas-digitales-turismo-como-estilo-vida.html](https://www.hosteltur.com/116363_nomadas-digitales-turismo-como-estilo-vida.html)

## 15.6. PERMISOS NECESSARIS PER A LA REFORMA DE LA NAU

- Permís d'obres (obra major)
- Projecte elèctric
- Projecte de gas
- Estudi acústic
- Permís d'obertura de l'activitat
- Autorització d'ocupació de la via pública amb elements auxiliars de la construcció

## 15.7 CRONOGRAMA TÈCNIC

		Novembre				Desembre				Gener				Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
		S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4
1. CONCEPTUALITZACIÓ I JUSTIFICACIÓ DEL NEGOCI	Identificació de les característiques personals i motivacions de l'equip empenedor																																
	Identificació del públic objectiu i model de negoci																																
	Definició de la proposta de valor																																
	Ha analitzat la competència real i/o potencial del negoci																																
	Justificació del grau d'innovació/adequació real de la idea de negoci																																
2. PLA DE MÀRQUETING	Definició del portafoli de productes/servels																																
	Previsió el pla de comunicació del primer any																																
	Previsió dels canals de distribució																																
	Previsió de la política de preus i previsió de vendes																																
	Complementació de l'anàlisi de les 4P's del màrqueting, amb l'orientació de les 4C's																																
3. PLA D'OPERACIONS	Identificació del procés de producció del producte/servel																																
	Definició de les activitats clau del procés de producció																																
	Determinació de tots els recursos clau (materials i immaterials)																																
4. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS	Determinació del pressupost de producció																																
	Identificació dels llocs de treball: organigrama																																
	Definició dels llocs de treball: funcions i tasques																																
5. PLA JURÍDIC-FISCAL	Definició de la política retributiva																																
	Valoració econòmica del pla de recursos humans																																
	Determinació de la forma jurídica i els requeriments generals de constitució de l'empresa																																
6. PLA ECONÒMIC-FINANCIER	Previsió de la normativa específica del negoci																																
	Previsió d'inversions i finançament																																
	Previsió d'ingressos i despeses dels tres primers anys																																
	Pla de tresoreria dels tres primers anys																																
7. CONCLUSIONS	Conclusions a partir dels resultats analitzats (viabilitat)																																
	Conclusions generals del TFG																																