



# COLIVING: ERASMUS

Plan de Negocio

## LINEA DE NEGOCIO

Build to Rent – Coliving “ERASMUS”: Dar una nueva salida a edificios en desuso (stock), mediante su adquisición e implantación de un nuevo modelo de negocio de Hostelería en formato Coliving cuyo Target son: Erasmus, nómades digitales y/o freelances. Con proyección a posibles convenios con Programas de Universidades (pregrado y postgrado), teniendo como Mercado objetivo, la ciudad de Madrid, España.

Jimbo Bravo Jaime Andrés  
Lizana Cortez Alexander Freddy  
Sánchez Ambuludi Juan Pablo

## Indice

1.	INTRODUCCION .....	4
2.	ANTECEDENTES .....	6
2.1	El Hospedaje y sus Modalidades .....	6
2.2	El Coliving en el sector Inmobiliario .....	14
2.3	Modelo Coliving.....	16
3.	OBJETIVOS .....	17
3.1	Objetivo General .....	17
3.2	Objetivos Específicos .....	17
4.	OBJETO DE EMPRESA .....	17
4.1	Coliving “Erasmus” .....	17
4.2	Agentes Intervinientes .....	18
4.2.1	El Inversor .....	18
4.2.2	El operador .....	20
4.2.3	El Usuario.....	20
5.	ESTUDIO DE CONTEXTO .....	20
5.1	Pestel .....	20
5.1.1	Politico .....	20
5.1.2	Económico .....	21
5.1.3	Social.....	26
5.1.4	Tecnológico.....	28
5.1.5	Ecologico.....	28
5.1.6	Legal.....	28
5.2	Universidades Españolas .....	29
5.2.1	Programa de Movilidad: Erasmus+ .....	29
5.2.2	Los Estudiantes Internacionales .....	30
6.	ESTUDIO DE MERCADO .....	33
6.1	El Turista .....	33
6.1.1	Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR).....	33
6.1.2	Encuesta de gasto turístico (EGATUR).....	34
6.1.3	Encuesta de turismo Residentes .....	36
6.2	Hostelerías Tradicionales .....	40
6.2.1	Hoteles.....	40
6.2.2	Apartamentos turísticos.....	42
6.2.3	Turismo Rural .....	43
6.3	Coliving Actuales .....	44

6.3.1 Urban Campus .....	44
6.3.2 The Student Hotel.....	45
6.3.3 Relación de Coliving Actuales.....	47
6.4 Relación de Competencias .....	48
7. PLAN ESTRATEGICO Y DIFERENCIACION.....	49
7.1 Cadena de Valor y Diferenciación .....	49
7.1 Mapas de Procesos.....	51
8. ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	53
8.1 Marketing de Servicios .....	54
8.1.1 Servicios al Cliente.....	54
8.1.2 Zonas Comunales o de Interacción .....	55
8.2 Marketing Tecnológico.....	57
8.2.1 Sitios Web.....	57
8.2.2 Redes Sociales .....	58
8.2.3 Aplicaciones.....	59
8.3 Marketing Promocional y de Beneficios.....	60
8.3.1 Key Partners .....	60
9. PLAN DE COMUNICACIÓN .....	62
9.1 Organigrama de la Sociedad Nueva .....	62
9.2 Comunicación con el Usuario.....	63
9.3 Comunicación con el Inversor .....	64
9.4 Comunicación con nuestros Key Partnes .....	64
9.5 Resumen de Técnicas de Comunicación .....	65
10. ANALISIS DE RIESGOS .....	66
10.1 DAFO.....	66
10.2 PLANIFICACION DE LOS RIESGOS: .....	66
11. PLAN ECONOMICO .....	68
11.1 Búsqueda de Inmueble.....	68
11.2 Características de inmueble:.....	68
11.3 Características de precios:.....	78
11.4 Adquisición del Inmueble:.....	78
11.5 Capex: Reforma y Amobaldo:.....	78
11.6 Puesta en marcha:.....	82
11.7 Inversiones y política de amortizaciones: .....	83
11.8 Financiación, aportaciones ajenas: .....	83
11.9 Ingresos: .....	84

11.10	Costes .....	85
11.10.1	Costes variables:.....	85
11.10.2	Costes de personal: .....	87
11.10.3	Costes fijos:.....	87
11.11	Punto de equilibrio:.....	89
11.12	Cuenta de resultados provisionales: .....	90
11.13	Balance provisional: .....	93
11.14	Previsión de tesorería:.....	94
11.15	Grado de ocupación: .....	95
11.16	Cash Flow:.....	95
12.	BIBLIOGRAFIA .....	97
13.	INDICE DE ILUSTRACIONES.....	98
14.	INDICE DE TABLAS .....	99
15.	ANEXOS.....	100

## 1. INTRODUCCION

La propuesta que se va a presentar de línea de negocio busca desarrollar el “Build to Rent - Coliving”, una línea negocio que tiene su origen en Norte América y la cual está todavía en grado de maduración en el territorio español.

*"Como casi todos los negocios colaborativos, el coliving se originó en Silicon Valley al producirse una escasez de vivienda que se enfrentaba con la multiplicación de jóvenes profesionales que llegaban a San Francisco con ganas de socializar. Y es cuando empezaron a aparecer edificios en los que los inquilinos no sólo compartían zonas comunes, sino que, además, también sus aficiones" Gonzalo Zulueta, responsable de inversión residencial & suelo de Capital Markets en la consultora inmobiliaria Catella.*

Tal y como lo define la consultora inmobiliaria Catella, se busca darles un nuevo uso a edificios abandonados o en Stock principalmente del sector de Madrid y a su vez busca cubrir el déficit de vivienda para un nuevo tipo de cliente generacional: Erasmus, nómades digitales y/o FreeLancer ; brindando soluciones, momentos, experiencias y proyectos compartidos, sin renunciar a un pequeño espacio de intimidad, manteniendo como principales bases la socialización a nivel personal y a nivel profesional, buscando convertirse en el sector madrileño en una atractiva alternativa de acceso a la vivienda para los jóvenes.

Esta línea de negocio se acopla a una nueva realidad y contexto, ya que la pandemia impulso y aceleró indirectamente los estudios y/o trabajos a distancia, en los cuales la virtualidad o el online tomo y tomara un papel fundamental, abriendo la oportunidad y el potencial para este tipo de inversión y/o línea de negocio.

Por otro lado, esta propuesta busca simplificar la inversión mediante la gestión administrativa y comercial de único operador bajo el modelo Coliving como línea de negocio.

Para cumplir todo ello, se plantea lo siguiente:

- Análisis del sector hostelero a modo de contexto
- Dinámica del mercado
- Flujo de procesos
- Propuesta de valor
- Funcionamiento del modelo de negocio
- Plan de Marketing
- Gestión de personas
- Plan de negocio

Palabras clave: Inversión, gestión, negocio, Coliving.

## Abstract

This business line proposal seeks to position the "Build to Rent - Coliving", due to the deficit of this concept in the type of real estate units of the Madrid sector of disused buildings and that are in stock; in turn seeking to cover the housing deficit for end users of the student sector, digital nomads and/or freelancers, mainly from the ERASMUS program; providing solutions, moments, experiences and projects, without eliminating a small space of intimacy, maintaining socialization on a personal and professional level as the main bases, making Madrid an attractive alternative for access to housing for young people.

This line of business is coupled to a new reality and context, since the pandemic indirectly boosted and accelerated remote studies and/or work, of which little was previously developed, for which virtuality is currently gaining greater importance, so the opportunity appears and the potential for this type of investment and/or line of business grows.

On the other hand, this proposal seeks to simplify investment through the administrative and commercial management of an operator under the Coliving model as a line of business, generating a Profitable Innovation mechanism for this line of business.

To fulfill all this, the following is proposed: analysis of the sector as a context, market dynamics, process flow, value proposition, operation of the business model, Marketing Plan, People Management and a viable business plan both economic and financial.

Keywords: Investment, management, business, Coliving.