

TREBALL FINAL DE GRAU

## «Ei! (Estem aquí)»: la immobiliària dels *pop-up stores*

**Oriol Fernández Rodríguez**

Alumni del Grau d'ADE (UOC)

**RESUM** Projecte final del grau d'Administració i Direcció d'Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya, per al qual s'ha elaborat un pla d'empresa seguint les directrius de l'assignatura.

«Ei! (Estem aquí)» és un *marketplace* immobiliari que posa en contacte emprenedors i empresaris amb llogaters de locals comercials per tal de testar una idea de negoci o exhibir un producte durant un temps determinat en un espai físic. Aquest pot variar des de poques hores per a la presentació d'una marca o d'un producte fins a uns mesos o fins i tot un any, segons l'estratègia de l'empresa. Aquest projecte neix amb la idea d'atendre les necessitats d'empresaris i emprenedors, «Ei! (Estem aquí)», que volen d'exhibir els seus productes innovadors i no tenen diners per a disposar d'un espai o un local comercial. Per tal d'atendre aquestes necessitats, l'empresa ofereix tarifes més ajustades que la seva competència gràcies a la productivitat que es guanya mitjançant la seva plataforma en línia i externalitzant tots els processos que no són el *core business* de l'empresa. D'aquesta manera, es poden dedicar a proporcionar un servei innovador i de qualitat que posa el client en el centre de negoci. És també molt important el servei d'assessorament que l'empresa proporcionarà a diverses àrees, i que servirà per a donar suport en tot moment a emprenedors que volen tirar endavant una idea de negoci però que no tenen massa clar com fer-ho.

**PARAULES CLAU** *pop-up stores*; locals comercials; immobiliària; comerç local; emprenedoria; *marketplace*

¡Eo! (Estamos aquí): *a real estate agency for pop up stores*

**ABSTRACT** *This article explains my final project for a Bachelor's Degree in Business Administration and Management from the Universitat Oberta de Catalunya (UOC). It consists of a business plan and has been carried out in accordance with the course plan.*

*Ei! (Estem aquí) is a real estate marketplace where entrepreneurs and landlords share commercial estate to test a business idea or exhibit a product during a short period of time. The period can vary, from just a few hours for a brand or a product presentation, to months or even a year, depending on the company's strategy. This project goes to market to meet the business community's needs. It is for entrepreneurs who want to exhibit new products or promote a new business idea, but don't have enough funds to acquire or rent a retail space for an indeterminate length of time.*

*To attend to these needs, the company offers competitive prices compared to its competitors, helped by the improved productivity achieved with its online platform and the outsourcing of all processes that are not core business. The company can provide an innovative and high quality service that puts the client at the centre of the business. Also of much importance is the consultancy*

*service that provides legal, administrative, marketing and IT advice to entrepreneurs who want to develop a business but don't know how to get started.*

**KEYWORDS** *Pop-up stores; commercial estate; local business; entrepreneur; marketplace; start-up*

---

## Introducció

Aquest article, és un resum de la memòria<sup>1</sup> del meu treball final del grau d'Administració i Direcció d'Empreses de la Universitat Oberta de Catalunya. El treball es va elaborar seguint les guies que van proporcionar els professors de l'assignatura.

La idea del projecte sorgeix de la curiositat personal i professional sobre la via emprenedora: abans de començar aquest projecte no sabia la dificultat que comporta la planificació d'una empresa. Des de la idea inicial fins a la posada en marxa del projecte, passant pel fet de trobar gent adient que es pugui fer càrrec d'algunes de les àrees del projecte en les quals l'autor no té prou experiència, l'anàlisi estratègica, la planificació de màrqueting, la gestió de recursos i la planificació financera.

«Ei! Estem aquí», el projecte que es presenta a continuació, és una empresa de serveis que té l'objectiu de d'ajudar emprenedors i empresaris a validar la seva idea de negoci gràcies a la creació de *pop-up stores* a la ciutat de Barcelona i al seu assessorament. Una persona amb una idea de negoci no sempre té clar com tirar-la endavant i si funcionarà. L'objectiu de l'empresa és crear teixit empresarial i teixit laboral a la vegada que busca l'èxit professional dels emprenedors.

## 1. Model de negoci

La missió d'«Ei! (Estem aquí)» és posar en contacte un empresari, emprenedor, fundació, associació o qualsevol que tingui la necessitat de llogar un local comercial a curt termini (podrien ser des d'unes hores amb l'objectiu de fer un esdeveniment fins a un any) amb el propietari d'un local comercial o un *corner* o espai dins d'una botiga que ja existeix.

La visió d'«Ei! (estem aquí)» és consolidar-se com un referent del sector immobiliari gestionant immobles durant un temps curt (botigues *pop-up*), primer a la ciutat de Barcelona i després a tot l'Estat. Es vol donar una solució a la manca d'oferta immobiliària en el nínxol de mercat de les botigues *pop-up* a la ciutat de Barcelona, i després estendre aquest model de negoci a les principals ciutats del país.

Es té en compte la manca de coneixements administratius (passos que cal seguir per a obrir una empresa, tràmits, etc.), financers (com cercar finançament per al teu projecte) i de màrqueting (marca, web, xarxes socials, comunicació, etc.) que tenen moltes persones quan volen obrir un negoci. Per tal de minimitzar el risc que aquesta manca de coneixements pot comportar, la idea és oferir un servei d'assessorament personalitzat als emprenedors.

A més, s'ha de puntualitzar que «Ei! (Estem aquí)» cercarà sempre l'excel·lència com a qualitat del servei i per tant la satisfacció dels clients.

«Ei! (Estem aquí)» durà a terme la seva activitat empresarial fonamentada en els valors següents:

---

1. Dipositada en el Repositori Institucional de la UOC (O2) <<http://hdl.handle.net/10609/56949>>, el portal que recull, difon i preserva les publicacions digitals en accés obert dels membres de la UOC, elaborades en el desenvolupament de les seves activitats de recerca, de docència i de gestió.

- Qualitat de producte i serveis
- Innovació
- Atenció al client
- Compromís amb la comunitat i responsabilitat
- Creativitat

## 2. Clients

El públic objectiu d'«Ei! (Estem aquí)» són empreses, empresaris, emprenedors, fundacions o associacions i totes aquelles persones interessades a llogar un local comercial o un *corner* durant un període de temps curt (des d'unes hores fins a un any) a la ciutat de Barcelona, inicialment, i després a les principals ciutats de l'Estat espanyol.

Els emprenedors són un públic objectiu molt interessant per a aquest projecte, ja que el seu assessorament ens diferencia de la competència, però no es vol deixar de banda una possible col·laboració amb empreses més grans o projectes consolidats.

Les variables que s'utilitzaran per a trobar l'usuari tipus d'«Ei! (Estem aquí)» són:

- **Geogràfica:** En un primer moment l'empresa operarà a la ciutat de Barcelona. La idea és estendre el model de negoci a les principals ciutats de l'Estat espanyol.
- **Demogràfica:** Emprenedors, empreses, fundacions i associacions compromeses socialment i mediambientalment liderades per persones entre 20 i 50 anys.
- **Psicogràfica:** Persones emprenedores actives en els diversos mitjans digitals.
- **Conductual:** Busquem un client compromès que vol assolir l'excel·lència, establir relacions a llarg termini i fidelitzar-lo per tal que pugui difondre la nostra idea de negoci a altres emprenedors interessats a tirar endavant una nova idea.

### 2.1. Proposta de valor

Tenint en compte aquestes preguntes, els trets característics que defineixen el projecte són:

- **Atenció a l'usuari personalitzada**
- **Servei d'assessorament per a emprenedors:** S'apostarà pels emprenedors com una peça clau del projecte per tal de fer-se un nom entre el públic objectiu, l'empresariat de la ciutat de Barcelona. D'aquesta manera es vol fidelitzar el segment que inclou els nous emprenedors i les noves empreses, i també, atraure propostes ja consolidades que estan en línia amb la filosofia del projecte.  
L'objectiu més important és créixer i consolidar els usuaris. També fer que els projectes dels nous emprenedors siguin sostenibles al llarg del temps. Una de les claus per a consolidar la plataforma és que hi hagi un «boca-orella» positiu. Això farà que es desenvolupin sinèrgies entre els empresaris, els llogaters i l'empresa, que seran necessàries mantenir per a la consolidació i creixement de la plataforma a llarg termini. Els preus s'expliquen en l'apartat 6. Pla financer.
- **Plataforma web innovadora:** L'empresa vol oferir una plataforma innovadora, que a la vegada oferirà un disseny avançat. A més, es vol diferenciar dels competidors amb uns continguts digitals acurats i de qualitat.
- **Disseny i fotografia, innovadors i de qualitat**
- **Integració de l'RSC:** L'empresa vol ser part activa de l'estructura empresarial de les zones on sigui present i ajudar emprenedors i empresaris gràcies a serveis com l'assessorament per tal que aquestes noves empreses creixin i es consolidin. Aquests projectes seran respectuosos amb el teixit social i empresarial existent a la zona, alhora que es potenciaran aquells que siguin més respectuosos amb el medi ambient.
- **Estructura reduïda i flexible:** Per a una petita empresa com «Ei! (Estem aquí)» és molt important l'agilitat i la rapidesa.

## 2.2. Canals

«Ei! (Estem aquí)» es comunicarà amb els usuaris per mitjà dels canals següents:

- Plataforma en línia – «Ei! (Estem aquí)»
- Telèfon d'atenció a l'usuari, tant per a llogaters com per a arrendadors.
- Xarxes socials – Inicialment estarem presents a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube i Pinterest, però no es descarta afegir alguna altra xarxa social en el futur.

Els canals de distribució que es plantegen inicialment són els següents:

- Plataforma en línia
- Telèfon d'atenció a l'usuari

A continuació, s'indica l'estratègia publicitària que se seguirà per a enfortir la imatge de marca i la idea de negoci.

- Des d'un primer moment, i tenint en compte els recursos limitats amb els quals comptarà l'empresa, s'apostarà per una estratègia boca-orella positiva.
- Es buscarà l'esponsorització d'un parell d'esdeveniments multitudinaris l'any que s'adeqüin a la filosofia de l'empresa i que siguin diferents dels que utilitza la competència. (Per exemple un mercat de botigues *pop-up* com Palo Alto de Barcelona.)
- Es desenvoluparan campanyes publicitàries i promocions puntuals que es basaran en una rebaixa puntual del preu. (Dia de l'emprenedor, Sant Jordi, Nadal, etc.)
- S'apostarà per una comunicació fluïda amb els mitjans de comunicació mitjançant reunions puntuals i l'enviament de notes de premsa cada vegada que hi hagi alguna novetat. També es promouran visites de premsa a l'oficina de l'empresa per tal de tenir més repercussió en els mitjans.
- Totes aquestes estratègies es recolliran i es compartiran a les diferents xarxes socials de l'empresa amb un disseny atractiu i innovador.

## 2.3. Relació amb els clients

El punt següent determina la relació que l'empresa mantindrà amb els clients. Es pot dividir en els punts següents:

- Els treballadors d'«Ei! (Estem aquí)» buscaran l'**excel·lència** en el seu tracte amb els clients. La idea és que els usuaris de la plataforma se sentin acompanyats en tot moment, mentre busquen el local perfecte per al seu projecte.
- Es buscarà mantenir un **tracte proper i personalitzat**. Això es pot percebre, entre d'altres, en la qualitat dels continguts i de les fotografies dels locals comercials. També és molt important el servei d'assessorament a emprenedors per tal de fidelitzar-los i obtenir un *word-of-mouth* positiu.
- Els treballadors de l'empresa hauran d'adaptar-se a un estil empresarial marcat pels temps que marquen les noves tecnologies. Per això, s'imposarà una cultura empresarial **àgil i flexible** que farà molt més fluides les relacions amb els clients.
- L'empresa es compromet a establir una política de **transparència**. Tan bon punt es coneguin i siguin publicables els resultats de l'empresa es penjaran a la plataforma.
- L'empresa estarà present en els esdeveniments més importants del sector i informarà els usuaris de les novetats més importants mitjançant unes entrades molt acurades en els seus canals digitals (xarxes socials, web i blog).

## 2.4. Flux d'ingressos

El principal flux d'ingressos d'«Ei! (Estem aquí)» provindrà de la plataforma en línia. Els serveis que s'oferiran són els següents:

- **Lloguer:** Una part sufragada per l'arrendador (30%) i la més important pel llogater (70%). Els preus dependran de diversos factors, com per exemple, localització, dimensions o si es requereixen altres serveis amb la implicació de l'empresa. Com s'ha explicat abans es faran promocions coincidint amb dates especials.
- **Publicitat:** Altres marques (preferentment aquelles que treballin amb «Ei! (Estem aquí)» podran utilitzar espais delimitats de la *homepage* o de les diverses *landing pages* de la plataforma per promocionar els seus productes o serveis. Aquests preus estaran indicats en un pdf que es lliurarà a possibles clients.

També hi haurà un flux important d'ingressos provinent de l'assessorament a emprenedors. Aquest servei serà personalitzat. El mètode principal de pagament serà mitjançant targeta o transferència bancària, encara que també s'acceptaran els principals mètodes de pagament digitals, com Paypal o Trustly.

Com que una de les activitats principals de l'empresa és el lloguer de locals comercials per a fer esdeveniments de promoció o de llançament de productes o marques, es calcula que serà un negoci molt estacional. Hi haurà puntes de feina durant les dates que normalment són subjecte de promoció: com per exemple, el mes de desembre (festes d'empresa) i dates com Setmana Santa, Dia del Pare, Dia de la Mare, Sant Jordi, Diada de Catalunya, Black Friday, Dia de l'Emprenedor, etc. També les dates que coincideixin amb el tancament comptable d'empreses i/o organitzacions per si volen organitzar rodes de premsa.

## 2.5. Recursos clau

Per recursos clau s'entenen tots aquells recursos que són necessaris per a fer que el negoci generi valor, pugui créixer i consolidar-se en el mercat. Poden ser físics, intel·lectuals, humans i financers.

- **Recursos físics:** Tres taules en un espai de *coworking* (similar al MOB<sup>2</sup> Barcelona) amb un armari, tres telèfons intel·ligents i una línia de telèfon per tenir connexió a internet en l'espai de *coworking*. Tres ordinadors portàtils (tipus Ultrabook o Macbook) i material d'oficina (bolígrafs, llibretes, carpetes, arxivadors, etc.).
- **Recursos intel·lectuals:** Els tres emprenedors que donen forma a la idea de negoci, els fotògrafs que faran fotos dels locals comercials, els empresaris que volen tirar endavant les seves idees de negoci i les persones que volen llogar els locals.
- **Recursos humans:** L'equip inicial format pels tres emprenedors. S'externalitzarà el servei de disseny de la pàgina web i les fotografies dels locals comercials. També es comptarà amb una gestoria comptable i assessorament legal per a fer front a les qüestions més complicades que tinguin a veure amb impostos i lleis.
- **Recursos financers:** En un primer moment es tirarà endavant el projecte amb una aportació inicial de 15.000 euros per part de cada un dels emprenedors, 45.000 euros en total. La primera ronda de finançament (la mateixa suma de 45.000 euros) arribarà a través dels anomenats FFF (*family, friends and fools*) i s'obrirà un compte en alguna plataforma de proveïment participatiu (*crowdsourcing*) tipus Verkami i es buscarà suport de finançament públic mitjançant ajudes d'organismes públics com el CDTI o concursos universitaris. Per tal d'assolir una segona ronda de finançament es contactarà amb *business angels* com Carlos Blanco<sup>3</sup> en esdeveniments com la conferència Noah<sup>4</sup> a Londres. Si cal una tercera ronda de finançament més gran, l'empresa es posaria en contacte amb fons de capital risc.

2. <<http://www.mob-barcelona.com/>>

3. <<http://carlosblanco.com/>>

4. <<https://www.noah-conference.com/>>

Els recursos inicials aniran destinats principalment a tres àrees de l'empresa: producte (desenvolupament de la plataforma), operacions (en l'àrea comercial: aconseguir i gestionar comptes de proveïdors i clients) i màrqueting (l'elaboració de contingut i la promoció dels productes i serveis a diferents plataformes i organismes mitjançant diversos tipus de creativitats).

## 2.6. Activitats clau

Les activitats clau per al negoci d'«Ei! (Estem aquí)» són les següents:

- **Lloguer de locals comercials** per a tirar endavant projectes de *pop-up stores* o esdeveniments de presentació de productes o de marca (curt termini).
- **Assessorament d'emprenedors i petits empresaris que** volen tirar endavant un nou projecte empresarial o un nou concepte de botiga o de restaurant en un dels locals comercials que oferim.
- **Publicitat a la plataforma.** Es promocionaran, preferiblement, els productes i serveis dels *partners* de l'empresa.

## 2.7. Socis clau

En aquest apartat s'han de definir els socis clau amb els qual cal establir una relació per tal que l'empresa pugui créixer i consolidar-se en el mercat, primer barceloní, i posteriorment expandir-se a altres ciutats de l'Estat. També s'explicarà com es contactarà. Hi ha quatre grups principals de persones i organismes amb els quals caldrà establir contactes:

- **Organismes públics i privats**
- **Arrendadors**
- **Arrendataris**
- **Inversors**
- **Talent**

## Conclusions

Una vegada desenvolupat aquest pla d'empresa, es pot concloure que «Ei! (Estem aquí)» pot esdevenir un model de negoci **viable i rendible al llarg del temps**, capaç de generar beneficis econòmics. Així mateix, el model de negoci plantejat és fàcilment **escalable** i garanteix que pugui expandir-se.

La situació politicoeconòmica actual és de recuperació. El mercat immobiliari s'està recuperant d'una greu crisi, cosa que pot ser positiva per a emprendre un negoci com aquest. Tanmateix, la manca de competidors locals i de dimensió i el fet que sigui un negoci eminentment digital fa que no hi hagi gairebé barreres d'entrada, la qual cosa facilita que les grans empreses internacionals del sector puguin posar els ulls en un mercat infradesenvolupat com l'espanyol. De tota manera, el servei, que es troba en un moment naixent del cicle, indica que pot ser una bona oportunitat de negoci.

Atesa la concentració del sector immobiliari tradicional, el poder negociador dels clients serà bàsic i la clau de l'èxit de l'empresa es basa en un augment de la productivitat que faci possible una reducció del preu dels serveis que s'ofereixen.

La diferenciació del model de negoci es basa en un disseny innovador i un servei d'assessorament personalitzat per a emprenedors i empresaris. Cap dels competidors de l'empresa atén aquestes necessitats, que seran explotades per «Ei! (Estem aquí)», en obrir un nou nínxol de mercat que incorporarà emprenedors que no gosaven emprendre per falta de coneixement o per la complexitat de la informació existent per a obrir una empresa.

El mix de màrqueting que s'ha proposat està dedicat al creixement dels usuaris de la plataforma i a la creació d'una comunitat d'empresaris i emprenedors que vulguin tirar endavant una idea de negoci en un dels locals de l'empresa. També a l'augment del coneixement de la marca, que es faria per mitjà d'un mix de màrqueting digital i tradicional i també amb esdeveniments i tècniques de relacions públiques. Un punt clau del creixement de l'empresa serà a través del boca-orella positiu de les empreses que han col·laborat amb «Ei! (Estem aquí)».

El model presentat es basa en una inversió inicial molt baixa, centrada en un espai en un centre de *coworking* i equips informàtics per a dur a terme l'activitat empresarial. A partir del segon any, una altra despesa important serà la del personal, ja que el primer any, els emprenedors han pactat que no tindran cap compensació per la seva feina.

El model de negoci plantejat no genera beneficis fins al tercer any complet d'activitat, ja que requereix una inversió que només es pot materialitzar per mitjà d'una inversió externa. Atès que l'empresa no generarà prou ingressos per a finançar el creixement de la plataforma, ja que està pensada per a convertir-se en un competidor a escala global a llarg termini, es començarà fent forta primer en el mercat de la ciutat de Barcelona i després en el mercat espanyol. És molt important conèixer el model de les empreses emergents (*start-up*), ja que no es plantegen per a tenir un guany immediat, sinó que el que pretenen es produir beneficis a llarg termini o ser comprades per altres empreses que poden generar beneficis a llarg termini.

De tota manera, el model de negoci està pensat perquè l'empresa generi beneficis a partir del tercer any complet d'activitat i aportarà una rendibilitat econòmica als seus socis i als seus inversors externs. D'aquesta manera, es pot consolidar en el mercat i continuar creixent al llarg del temps.

## Valoració

Aquest treball de final de grau és la culminació dels estudis del grau d'Administració i Direcció d'Empreses, i permet posar en pràctica els coneixements adquirits i alhora desenvolupar noves habilitats o capacitats.

El més complicat ha estat escollir el tema del treball i mantenir-ne el ritme. Ha estat complicat gestionar els lliuraments parcials, tenint en compte que la tasca s'ha de compaginar amb la vida professional i familiar, i mantenir uns estàndards en cada lliurament.

Tot i així, superats els primers lliuraments, l'experiència ha estat una feina positiva i enriquidora, i ha esdevingut un projecte en el qual he bolcat la meua energia i passió, i es podria convertir en una activitat professional molt atractiva quan se'n validi la viabilitat. També cal esmentar la dificultat que ha representat resumir en poc més de trenta pàgines la feina d'aquests darrers mesos sense perdre cap informació vital i procurant desenvolupar la feina de recerca, anàlisi i conclusió.

Aquesta activitat ha estat enriquidora i ha permès tancar el grau d'una manera més que excel·lent, tant des del punt de vista acadèmic com personal. També vull agrair el suport i el *feedback* del meu consultor, Eduard Olivares, que m'ha recolzat durant tot el semestre i ha estat una gran ajuda en alguns moments, ja que vaig començar tard a desenvolupar el projecte i hi va haver moments de tensió, ja que quan faltava un mes per a finalitzar-lo em vaig quedar sense feina. També m'ha ajudat a mantenir l'excel·lència durant tot el treball.

També vull donar les gràcies a la meua família i als meus amics, que m'han ajudat moltíssim durant aquests mesos i m'han ofert el seu *feedback* per a millorar el treball gràcies a una visió crítica de la meua feina.



**Oriol Fernández Rodríguez**

**oferandezrodr@uoc.edu**

**Alumni del Grau d'ADE (UOC)**

És llicenciat en ADE i Periodisme, i té un màster en Gestió internacional de l'empresa. Ha treballat més de cinc anys de periodista i ara compagina col·laboracions amb una feina en una agència d'*influencers* anomenada Onalytica a la ciutat de Londres.

Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obris derivades sempre que reconegueu els crèdits dels obris (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa és pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.ca>.

