



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE POSTGRADO

OPORTUNIDAD de INSERCIÓN de un MODELO de ARRIENDO de OFICINAS en CONCEPCIÓN:

El caso de las oficinas compartidas.



**ACTIVIDAD FORMATIVA EQUIVALENTE A TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER
EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS INMOBILIARIOS**

Alumno: César Fulvio Matamala Astete, Arquitecto.

Profesor Guía: María Eugenia Pallares Torres, Doctor Arquitecto

**Santiago de Chile
Julio 2014**

Tabla de contenido

<i>CAPITULO 1 – INTRODUCCIÓN</i>	6
1.1. Introducción	7
1.2. Definición del problema	8
1.3. Pregunta de investigación	9
1.4. Objetivos de la investigación	9
1.5. Metodología	10
1.6. Estado del arte	11
1.7. Estado del arte en Chile	22
<i>CAPITULO 2 – DESCRIPCIÓN DEL MODELO</i>	24
2.1. Contexto histórico	25
2.2. La evolución de la oficina	27
2.3. Clasificación tipológica	31
2.3.1. Clasificación por clase	32
2.3.2. Clasificación por localización	33
2.3.3. Clasificación por usos y tipos de propiedad	33
2.3.4. Clasificación por terminación y amenities	34
2.3.5. Clasificación por superficies	34
2.4. Análisis de referentes	35
2.5. Marco normativo	36
<i>CAPITULO 3 – ESTUDIO DEL MERCADO LOCAL</i>	38
3.1. La oferta en el mercado local	39
3.1.1. Situación actual de la oferta y la demanda	39
3.1.2. Localización	40
3.1.3. Evaluación de precios	41
3.1.4. Stock / en construcción	43
3.2. La demanda en el mercado local	45
3.2.1. Situación actual de la demanda	45
3.2.2. Indicadores de la demanda	45
3.2.3. Tendencias del mercado local	47
3.3. El mercado objetivo	48
3.3.1. El perfil del cliente	48
3.3.2. Origen del cliente	49
3.3.3. Profesiones u oficios	50

3.3.4. Características etáreas	50
3.3.5. Lugares de trabajo	51
3.3.6. Jornadas laborales	52
3.3.7. Ubicación y traslados	53
3.3.8. Valoración de servicios	54
<i>CAPITULO 4 – EVALUACIÓN DE INSERCIÓN Y PUESTA EN MARCHA.</i>	55
4.1. Definición del producto	56
4.1.1. Tamaño	56
4.1.2. Macro localización	56
4.1.3. Micro localización	57
4.2. Cuantificación de requerimientos e insumos	58
4.2.1. Requerimientos de habilitación	61
4.2.2. Requerimientos administración y atención a clientes.	62
4.2.3. Requerimiento para el uso directo de los clientes.	63
4.3. Carta gantt de puesta en marcha	64
4.4. Constitución de la empresa	64
4.4.1 Razón social	65
4.4.2. Características de las sociedades	65
4.4.3. Constitución de la sociedad	68
4.4.4. Inicio de actividades	69
<i>CAPITULO 5 – EVALUACIÓN FINANCIERA</i>	72
5.1. Alcances de la evaluación	73
5.2. Activos fijos	74
5.2.1. Activos fijos de habilitación	74
5.2.2. Activos fijos del área de administración	75
5.2.3. Activos fijos de operación	76
5.3. Activos intangibles	78
5.4. Depreciación de activos	79
5.5. Presupuesto de operación	80
5.6 Proyección de ingresos por arriendo	81
5.7. Estado de resultados del negocio	83
5.8. Análisis del flujo de caja	84
5.9. Periodo de retorno de la inversión	88
5.10. El punto de equilibrio del negocio	89
5.11. Análisis de escenarios	90

<i>CAPITULO 6 – REPLICABILIDAD DEL MODELO</i>	92
6.1. Aspectos relevantes para la replicabilidad	93
6.2. Recomendaciones para impulsar el negocio	95
<i>CAPITULO 7 – CONCLUSIONES</i>	96
7.1 Conclusiones generales	97
7.2. Conclusiones específicas	97
7.3. Confirmación / refutación de la hipótesis	98
<i>CAPITULO 8 – BIBLIOGRAFÍA</i>	99
Bibliografía	100

CAPITULO 1 – INTRODUCCIÓN

“Un estudiante deambuló durante meses por distintos cafés de Concepción con su notebook bajo el brazo. Había terminado su carrera universitaria y comenzaba a desarrollar diversos proyectos para iniciarse como profesional. Cualquier lugar con internet le era útil. “Pero ninguno era adecuado””.

1.1. Introducción

Hoy en día el profesional desea el desarrollo personal e independencia económica dentro de su ámbito de trabajo. Esto conlleva a que muchos de ellos busquen emprender negocios, la mayoría de las veces relacionado con su profesión.

Uno de los primeros obstáculos que debe resolver un trabajador al momento de optar por ser independiente, es respecto del espacio físico para poder desarrollar sus labores, donde principalmente debe conjugar factores como ubicación, superficie, servicios anexos y costos asociados. Últimamente se ha sumado el atributo de la flexibilidad como elemento relevante al momento de desarrollar una empresa, esta puede hacer la diferencia y conducir al éxito o fracaso de un determinado negocio.

Según cifras de Instituto Nacional de Estadística a diciembre del 2010 el 22% de la fuerza laboral era independiente, del cual el 45% desarrollaba su trabajo principalmente en oficinas que podían ser compradas o arrendadas y existía un número indeterminado de personas que trabajaban desde sus casas.

Si bien hasta hace algunos años el mercado inmobiliario de las oficinas se centraba principalmente en dos focos negocio: la venta y el arriendo de estos inmuebles, hoy en día está tomando fuerza el modelo de arriendo de oficinas compartidas que se basa en el concepto del Coworking, es decir, oficinas que comparten ciertos espacios y servicios.

La oportunidad de contar con un espacio físico para desarrollar sus labores bajo este sistema (coworking) no solo brinda oportunidades de crecimiento empresarial, sino también una disminución en los costos de operación e infraestructura ya que al no incurrir en gastos de mantenimiento, ni inversión inicial en adquirir un inmueble, mobiliario de oficina y servicios de comunicaciones, se logrará ser más competitivo en el mercado.

1.2. Definición del problema

Concepción es la segunda ciudad de Chile con más población, lo que la convierte en la capital del sur del país, posee un importante desarrollo económico y demográfico, lo que la ha llevado a ser considerada como uno de los núcleos urbanos, demográfico, administrativo, financiero y comerciales más relevantes de Chile junto a Santiago y Valparaíso.

A través de iniciativas público-privadas con participación estratégica del Servicio Nacional de Turismo “Sernatur” y Gobierno Regional, desde hace unos años se está trabajando en potenciar a Concepción como Capital del Turismo de Negocios de la zona sur de Chile, lo que está significando un aumento de visitas de carácter comercial.

Este desarrollo económico-laboral de Concepción mirado desde el enfoque de los trabajadores independientes y/o las visitas de negocios, está constantemente requiriendo más espacios físicos donde desarrollar sus labores, ya sea por lapsos de horas, días o meses, lo que permite vislumbrar la oportunidad de inserción con éxito del modelo de arriendo de oficinas compartidas, conocido mundialmente como coworking.

El concepto que desarrolla este modelo de negocio se basa en el arriendo de oficinas individuales las que comparten espacios y recursos de uso común como por ejemplo: recepción y secretaría, sala de reuniones, servicio de aseo y de seguridad, de la misma forma, el servicio de comunicaciones (internet y teléfono) es global y su costo prorrateable.

1.3. Pregunta de investigación

¿Es rentable desarrollar un negocio de arriendo de oficinas ejecutivas compartidas en la ciudad de Concepción?

1.4. Objetivos de la investigación

OBJETIVO PRINCIPAL

Evaluar la oportunidad y rentabilidad de insertar el modelo de arriendo de oficinas compartidas en la ciudad de Concepción.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Estudiar las bases que conforman este modelo de arriendo, desde sus orígenes hasta la actualidad.
- Identificar y cuantificar mediante un estudio de mercado los potenciales clientes y sus necesidades de servicios.
- Identificar y analizar la oferta de oficinas en Concepción.
- Proponer una tipología de negocio que pueda ser replicable.
- Identificar el modo de operación del negocio.
- Estimar una cronología y financiamiento para el desarrollo del proyecto.

1.5. Metodología

METODOLOGÍA GENERAL

Se estudiará la experiencia y desarrollo de este tipo de negocio en otras ciudades y países

METODOLOGÍA PARTICULAR

Se realizará un levantamiento de la oferta de arriendo de oficinas, infraestructura, servicios ofrecidos, costos y ubicación geográfica.

Se definirá la demanda estimada, el cliente objetivo, sus características y necesidades, recopilando estadísticas y estudios publicados.

Se identificarán terrenos atractivos para el desarrollo del proyecto, considerando ubicación, accesibilidad, equipamiento en el entorno inmediato, costo, constructibilidad.

Se evaluará la cobertura que se intentaría abordar.

Se desarrollará un modelo de producto que busque destacar por sobre la oferta existente y satisfacer parte de la demanda estimada.

Se trazarán los aspectos relevantes del modelo de negocio para que pueda ser replicado.

Se generará un análisis de la rentabilidad del negocio, donde se conjuguen los aspectos de costos, financiamiento y velocidad de retorno de la inversión y su ganancia estimada.

Se desarrollará un Plan de Marketing y puesta en marcha del proyecto.

1.6. Estado del arte

El negocio del arriendo de oficinas con espacios comunes compartidos nace como un derivado del concepto “Coworking” (Co-trabajo) en que tiene su origen en Estados Unidos en el 2008, pero que rápidamente se extendió a Europa y luego a Latinoamérica. Hoy este concepto se ha masificado con cientos de espacios de trabajo al alrededor del mundo. A modo de ejemplo se puede indicar que según datos facilitados por la oficina federal de estadística de Estados Unidos, entre 2000 y 2005 se registraron cuatro millones más de empresas compuestas por una sola persona.

Los países que lideran con mayor cantidad de espacios compartidos para trabajar son Estados Unidos, Canadá, Francia, Alemania, España y Reino Unido, en Latinoamérica destacan Brasil y Argentina.



Imagen N° 01

Mapa del Mundo con localización de espacios de Coworking

Fuente: <http://techvenue.com/CoWorkingMap.htm>

El negocio del arriendo de oficinas compartidas es cada vez más masivo, tanto así que The Next Web blog considerado uno de los 10 Blogs más influyentes del mundo según Technorati, publicó en septiembre del 2011 un ranking con los 11 espacios coworking latinoamericanos más relevantes y que se debían conocer, entre ellos destacó:

1.- URBAN STATION (Buenos Aires, Argentina)

Urban Station es el primer lugar diseñado especialmente para los trabajadores móviles y para todos aquellos que compartan la idea de que es posible trabajar o reunirse de otra manera. Este proyecto fue concebido con el objetivo de convertir a Urban Station en la primera red a nivel mundial para los trabajadores móviles.

Ofrece espacios de trabajos individuales, mesas comunitarias, salas de reuniones y auditorio combinados con servicios doble wifi banda ancha 15mb con ups, impresiones vía wi-fi, fotocopias / scanner / fax, salas de



Imagen N° 2

reunión c/conf. call / proyector y lcd, salas de capacitación, auditorio, laptop locks, lockers, cargadores de celulares, headphones para conference call, diarios y revistas, artículos de librería, bicicletas para pasear y relajarse, oficina virtual, servicio de motos y taxis, dhl, servicio de mensajería y correo, almuerzos y bebidas - delivery de sushi, servicio de conserjería y seguridad privada.



Imagen N° 3



Imagen N° 4



Imagen N° 5

Imágenes N° 2, 3, 4 y 5
Imágenes del Local Urban Station, Buenos Aires Argentina
Fuente: <http://argentina.enjoyurbanstation.com/es>

2.- AREATRES (Buenos Aires, Argentina)

Areatres es un concepto de espacio flexible de trabajo, su lema es “reinventando el espacio de trabajo”, ubicado en el corazón de Palermo Soho. Ofrece diferentes ambientes, salas privadas, puestos de trabajo, además de áreas para reuniones y capacitaciones, todos disponibles para arrendar por hora, día, semana o mes.

Areatres nace del concepto del “tercer espacio”, una tendencia global que se define por la conjunción del confort y la informalidad del hogar junto a la productividad y eficiencia de una oficina.

Este espacio de trabajo da a los nómades digitales de Buenos Aires control y flexibilidad absolutos sobre su ambiente laboral. De manera que puedan agrandar o achicar su estructura de trabajo de forma dinámica, inmediata y sencilla. Además está la posibilidad de trabajar en un entorno cómodo y variado.



Imagen N° 6



Imagen N° 7



Imagen N° 8



Imagen N° 9

Imágenes N° 6, 7, 8 y 9
Imágenes del Local Areatres, Buenos Aires Argentina
Link: <http://www.areatresworkplace.com>

3.- CENTRO MOVISTAR INNOVA (Santiago, Chile)

El Centro Movistar Innova inaugurado en agosto de 2011 es un lugar que busca convertirse en el epicentro del emprendimiento de Chile y Latinoamérica, el primer espacio abierto para todos los emprendedores que trabajan para hacer realidad sus ideas. Se trata de un lugar con características únicas en Chile y Latinoamérica, que busca fomentar la co-creación, el networking y el surgimiento de nuevas empresas con potencial global.

Centro Movistar Innova surge del resultado de una alianza entre Movistar y el Programa de Gobierno Start-Up Chile de Corfo y se enmarca en la visión estratégica que posee la Incubadora y Aceleradora de Negocios, Movistar Innova, que ha puesto énfasis no sólo en promover el emprendimiento, sino además fortalecer el ecosistema emprendedor del país. El espacio acogerá a los emprendedores de Movistar Innova, también a los del programa Start-Up Chile y estará abierto a todo emprendedor que busque trabajo colaborativo con profesionales globales.



Imagen N° 10



Imagen N° 11



Imagen N° 12

Imágenes N° 10, 11 y 12
Imágenes del Local Centro Movistar Innova, Santiago Chile
Link: https://www.facebook.com/TelefonicaOpenFuture/photos_stream

4.- PUNTO DE CONTACTO (Sao Paulo, Brasil)

Dirigido a las pequeñas empresas, empresarios, autónomos y profesionales que buscan el crecimiento del negocio y la mejora en el intercambio de trabajo y la creación de una red de calidad, Punto de contacto es un espacio de trabajo colaborativo para la gente que no se ajustan a los estándares corporativos tradicionales.



Imagen N° 13

Dispone de 53 espacios de trabajo, 2 salas de reuniones y una terraza que permite trabajar al aire libre, ofrece planes de uso desde 10 a 300 horas mensuales, con disponibilidad de Sala de reuniones, armarios y lockers, telefonía y motoboy, recibo de correspondencia.



Imagen N° 14



Imagen N° 15

Imágenes N° 13, 14 y 15
Imágenes del Local Punto de Contacto, Sao Paulo Brasil
Link: <http://www.ptodecontato.com.br>

5.- BEES OFFICE (Rio de Janeiro, Brasil)

BeesOffice Co-espacio de trabajo es perfecto para cualquiera que necesite un lugar para trabajar con alto nivel de infraestructura, la tecnología, el compromiso y los estándares ofrecidos por las grandes empresas, en un feliz ambiente informal.



Imagen N° 16

Bees Office es parte del programa de Visa de Trabajo Co-: Lo que significa que los clientes pueden utilizar otros espacios de trabajo co-participantes cuando viajan.



Imagen N° 17

Bees Office dispone de 20 espacios de trabajo, Sala de reuniones para 6, 8 y 16 personas, Auditorio para 25 personas. Ofrece planes de uso de 10 a 360 horas

mensuales, con servicios adicionales como:

- Internet inalámbrico
- Impresora láser multifunción
- Proyector Multimedia
- Materiales de oficina gratis
- Sala de estar, mini biblioteca
- Mesa portátil para Notebook.
- Máquina de café / Agua Mineral
- Mini Bar y Vending
- Cocina



Imagen N° 18

Imágenes N° 16, 17 y 18
Imágenes del Local "Bees Office", Rio de Janeiro, Brasil
Link: <http://www.beesoffice.com>

6.- THE CASCO STATION (Ciudad de Panamá, Panamá)

The Casco Station es un espacio de oficinas creado para profesionales independientes, emprendedores y artistas que requieran de la infraestructura de una oficina y deseen trabajar dentro de una comunidad de profesionales.

CascoStation es un lugar donde se puede trabajar, sostener reuniones con clientes, colaborar con colegas o ampliar la red de contactos, y además de proveer elementos básicos como escritorios, sillas e internet inalámbrico, los usuarios tienen acceso a un salón de reuniones, una sala de estar para descansar. El costo va de acuerdo al uso, y se adapta a cada estilo de trabajo: se ofrecen planes mensuales, sabatinos y pases de un día.



Imagen N° 19



Imagen N° 20



Imagen N° 21

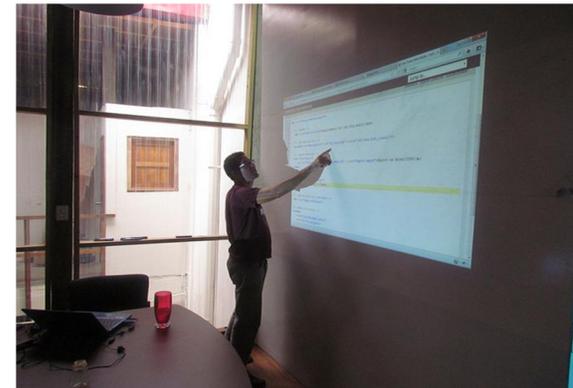


Imagen N° 22

Imágenes N° 19, 20, 21 y 22
Imágenes del Local "The Casco Station", Ciudad de Panamá, Panamá
Link: <http://cascostation.com>

7.- USINA INTERATIVA (Porto Alegre, Brasil)

Inaugurado en febrero de 2011, Usina Interativa da la bienvenida a autónomos y pequeñas empresas interesadas en co-trabajo. La Usina actual es en realidad el resultado de una fusión entre la antigua Usina Interativa y CWPOA (Co-Trabajo Porto Alegre). Las dos iniciativas anunciadas hace unas semanas que iban a unir sus fuerzas para la gestión de un espacio único, por el momento bajo la marca Usina de Interativa. es un espacio de 500 metros cuadrados ubicado en un centro comercial, que también acoge otras actividades, además de co-trabajo.



Imagen N° 23



Imagen N° 24



Imagen N° 25



Imagen N° 26

Imágenes N° 23, 24, 25 y 26
Imágenes del Local "Usina Interativa", Porto Alegre, Brasil
Link: <http://www.usinainterativa.com.br>

8.- EL 3ER ESPACIO (Ciudad de México, México)

Este local es una alternativa de oficinas para profesionistas independientes y emprendedores, que ofrece múltiples servicios y flexibilidad de horarios. Con la posibilidad de desarrollar la creatividad y ampliar la red de contactos para que cada negocio se fortalezca.



Imagen N° 27

Posee estaciones de trabajo individuales y Sala de reuniones, su horario de funcionamiento es de lunes a viernes de 9 a 20 hrs y ofrece el servicio de dirección Comercial y Fiscal y presta asesoría en:

- Emprendimiento
- Administrativas y Financieras
- Contables
- Legal y Propiedad Intelectual
- Administración de Redes Sociales
- Tecnologías de la Información



Imagen N° 28



Imagen N° 29

Imágenes N° 27, 28 y 29
Imágenes del Local "El 3er Espacio", Ciudad de México, México
Link: <http://el3erespacio.blogspot.com>

9.- HUBBOG (Bogotá, Colombia)

La empresa HubBOG se presenta como el primer co-espacio de trabajo en Colombia, donde el Co-trabajo es una de sus tres actividades principales junto con la educación y el espíritu empresarial.



Imagen N° 30

En términos de co-trabajo, esta empresa ofrece una variedad de opciones, desde los escritorios de trabajo hasta salas para conferencias. Su objetivo es capacitar a los empresarios con la ayuda de mentores seleccionados.



Imagen N° 31

Dispone de puestos de trabajo, fijo (por exclusividad) y móvil (por disponibilidad). Sala de Reuniones y Auditorio con excelente iluminación natural, totalmente equipados: pantalla de cincuenta pulgadas, tablero y estación de café.

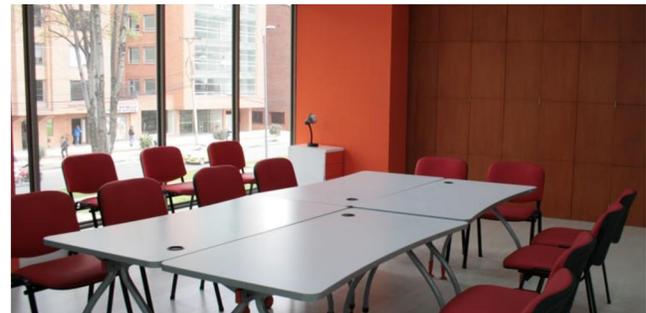


Imagen N° 32

Imágenes N° 30, 31 y 32
Imágenes del Local "Hubbog", Bogotá, Colombia
Link: <http://hubbog.com>

10.- ALDEIA COWORKING (Curitiba, Brasil).

Aldeia significa "pueblo" en portugués. De hecho, además de traer el concepto de co-trabajo a Curitiba, Aldeia Coworking también está tratando de desarrollar una comunidad.

Antes de seguir adelante con su idea, Ricardo Doria se aseguró de que había suficiente demanda para un espacio de co-trabajo en la ciudad. Cuando 300 personas respondieron a su encuesta inicial, se decidió seguir adelante, y Aldeia ahora ocupa 250 metros cuadrados en el centro de Curitiba. En cuanto a los compañeros de trabajo, sus perfiles son muy diversos, programadores y diseñadores, abogados, economistas, arquitectos e incluso un oceanógrafo.

Dispone de recepción, espacios de trabajos compartidos e individuales, sala de reuniones y auditorio, biblioteca corporativa y cocina.



Imagen N° 33



Imagen N° 34



Imagen N° 35

Imágenes N° 33, 34 y 35
Imágenes del Local "Aldeia Coworking", Curitiba, Brasil
Link: <http://www.aldeiacom.com.br>

1.7. Estado del arte en Chile

En los alrededores del año 1990, muy pocas personas entendían que era una oficina virtual y/o temporal, pero desde esos años a la fecha su demanda ha registrado un progresivo crecimiento debido a que se ajusta perfecto a las necesidades de profesionales independientes, emprendedores que trabajaban desde su casa o pymes, que pasan gran parte del día visitando clientes y requieren de alguien que atienda el teléfono, reciba su correspondencia y contar con un espacio de trabajo solo por algunas horas.

En los últimos años este mercado se ha masificado principalmente en Santiago, el 2011 triplicó la demanda de oficinas en comparación al año anterior, donde la oferta abarca desde arrendar un escritorio o una oficina compartida hasta ocupar una exclusiva oficina de alto estándar. Los servicios anexos que ofrecen estos centros de trabajo están cada vez más profesionalizados, ofreciendo a sus clientes, dirección comercial y tributaria, número de teléfono exclusivo con saludo corporativo, asesoría comercial, asesoría legal y hasta diseño web de su empresa.

Es posible que el aumento de la demanda por estos servicios esté asociado al crecimiento de trabajadores independientes y de empresas que permitan o fomenten el trabajo flexible. En Chile, existen empresas que ofrecen esta posibilidad a su personal, aun cuando se trate fundamentalmente de gerentes de alto rango. El trabajo flexible es menos costoso que el trabajo en una oficina fija, proporciona un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida personal y mejora tanto el estado de ánimo como la productividad.

Una de las primeras empresas en establecer esta modalidad de arriendo de oficinas temporales fue "Serof" en el año 1992, con una franquicia de H.Q. Business Center. USA, el operador más grande del mundo en servicios temporales de oficinas, está ubicada en el Edificio Opera en Santiago Centro y cuenta con 700m² de infraestructura.

En el año 2012, se daban a conocer nuevas empresas de oficinas temporales: El club Origen en Providencia, Co-work en Las Condes y Regus, siguiendo la modalidad se servicios de los casos expuestos anteriormente, ofreciendo espacios compartidos e individuales, salas de reuniones, auditorios con planes que van por hora, día o mes.



Imagen N° 36

Actualmente, es posible encontrar una amplia gama de empresas ya no solo en Santiago sino también en regiones, incluyendo franquicias extranjeras como Urban Station que arribó en el 2013 a Providencia, luego en el sector el Golf de las Condes y a principios del 2014 a Concepción.



Imagen N° 37

Imágenes N° 36 y 37
Imágenes del Local "Serof", Santiago, Chile
Link: <http://www.serof.cl>



Imagen N° 38



Imagen N° 39

Imágenes N° 38 y 39
Imágenes del Local "Urban Station", Concepción, Chile
Link: <http://chile.enjoyurbanstation.com/es/sucursales>

CAPITULO 2 – DESCRIPCIÓN DEL MODELO

“Uno de los grandes beneficios que tiene esta modalidad de Oficinas es la posibilidad de compartir con otros profesionales, que no sólo pueden aportar en tu trabajo, sino que además te permiten crear una red de contactos más grande, las que cada vez son más importantes en el mercado laboral actual”,

*Álvaro Vargas
Gerente Gral. Trabajando.com*

2.1. Contexto histórico

Las oficinas y sus características son consecuencia del trabajo que allí se desarrolle, por tanto para entender la evolución de la Oficina es necesario comprender la evolución del trabajo. Esta es una de las actividades más antiguas de la historia del hombre y que ha estado en constante cambio, para intentar entender la evolución de esta actividad es posible analizarla en tres etapas, la primera antes de la revolución industrial y la segunda a partir de esta, la tercera comprende los actuales cambios que ha significado la globalización de los mercados.

PRIMERA ETAPA – Subsistencia

En los comienzos de la humanidad, el trabajo se enfocaba en subsistencia procurando obtener solamente lo necesario para satisfacer las necesidades propias. La organización social estaba compuesta por clanes y tribus la caza, la pesca, y la recolección de frutos que espontáneamente se producían constituían la forma de trabajar. Con el avance de la civilización y la aparición de organizaciones sociales caracterizadas por el asentamiento de las familias, impuso la realización de tareas agrícolas y ganaderas.

Paulatinamente y como consecuencia del desarrollo de las ciudades se van formando grupos de personas que pertenecían a un mismo gremio: herrero, talabartero, platero, etc. Constituyéndose así las corporaciones, instituciones características del medioevo originadas en el siglo once y doce, en las cuales se establecían condiciones de trabajo minuciosas y obligatorias para todo el gremio.

SEGUNDA ETAPA – La revolución industrial

La revolución comercial generó transformaciones que permitieron la sustitución progresiva de paradigmas económicos y sociales medievales. En tanto que la revolución industrial presentó como signo distintivo la introducción de modificaciones de fondo al sistema económico y consecuentemente al sistema social de la época.

A finales del siglo XIX y hasta comienzos del siglo XX, la sociedad funcionaba de manera completamente diferente. Las organizaciones eran pocas y pequeñas, predominaban los pequeños talleres, los artesanos independientes, las pequeñas escuelas, los profesionales independientes (médicos y abogados, que trabajaban por cuenta propia), las tiendas y negocios de barrio, etc.

TERCERA ETAPA

A partir del siglo XX el mundo sufre trascendentes cambios estructurales en los últimos años en lo geopolítico, económico, social y financiero.

Los descubrimientos científicos en el siglo XX y a comienzos del actual son significativos, el sostenido desarrollo nuclear, la aventura de los viajes espaciales, la era de la computación, el notable desarrollo de internet, la televisión y la telefonía celular, son algunos de los hechos que forman los hitos de la llamada revolución tecnológica.

El modelo económico definido como globalización de los mercados impone que cada país o región trate de explotar y optimizar sus ventajas competitivas.

El proceso de cambio que experimenta actualmente el mundo del trabajo produce nuevos modelos y figuras a ritmo vertiginoso. El trabajo virtual, el teletrabajo, el trabajo electrónico, la robotización, la informatización integral, las oficinas electrónicas, son algunos de los términos que ya no resultan extraños a las organizaciones bancarias, a las cadenas de comercialización masivas, las industrias o a las empresas de tarjetas de crédito. Ni a empleados, clientes, proveedores ni público en general.

2.2. La evolución de la oficina

Desde el origen de las oficinas, la constante ha sido que esta cumpla con las necesidades de sus usuarios y actividades que allí se realicen, a través del tiempo se va modificando el diseño de estos espacios evaluando amplitud v/s privacidad o bien interacción v/s autonomía.

Las oficinas comerciales aparecieron por primera vez en las ciudades industriales del norte de los Estados Unidos en el siglo XIX. Con la invención del telégrafo y el teléfono, las oficinas podrían estar situadas lejos de la fábrica y se podría mantener el control de la producción y distribución a mercados distantes.

El arquitecto estadounidense Louis Sullivan fue un pionero en su estudio de la articulación formal del alto edificio comercial.

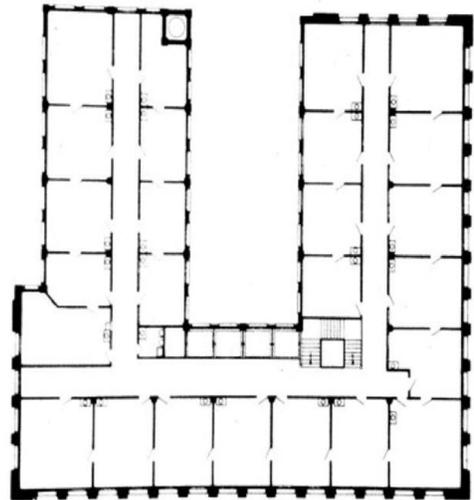


Imagen N° 40

Planta Tipo / Edificio Wainwright Arq. L. Sullivan
Link: <http://www.studyblue.com/notes/n/lecture-6/deck/2708903>

El Taylorism (1904)

El ingeniero americano Frederick Taylor estaba obsesionado con la eficacia y la supervisión, se le reconoce como una de las primeras personas que diseñó una oficina. Taylor colocó a los trabajadores juntos en un ambiente abierto mientras los jefes los vigilaban desde sus oficinas privadas.

Estos espacios permitían un flujo ininterrumpido de trabajo y una estrecha vigilancia visual por los gerentes.

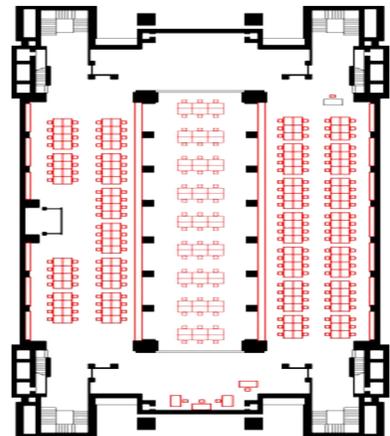


Imagen N° 41

Edificio Larkin, Buffalo, Nueva York, 1903-05
Link: http://www.carusostjohn.com/media/artscouncil/artwork/history_larkin-plan.gif

Bürolandschaft (1960)

El diseño alemán trajo los valores socialistas de 1950 a la oficina: Los gerentes ya no trabajaban desde oficinas elegantes. La configuración de los puestos variaba según las funciones que allí se realizaran.

Por primera vez, la naturaleza muy diversa de los tipos de trabajo de la oficina fue reconocida y el equipo de Quickborner establecido criterios para el montaje de un tipo particular de oficina para un tipo específico de diseño

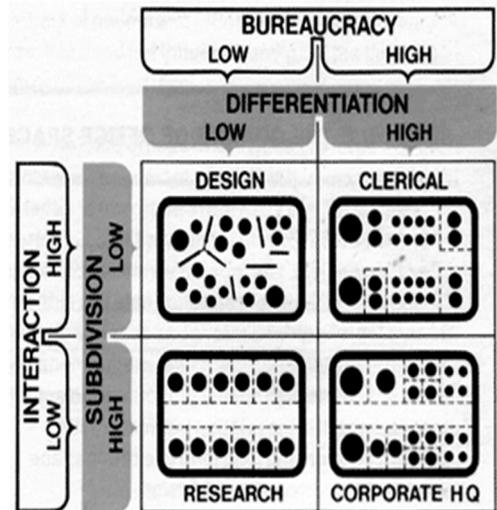


Imagen N° 42

Oficina diagrama de tipo organizativo

Link: http://www.carusostjohn.com/media/artscouncil/artwork/hist_buro_primer-diagram.gif

Oficina de Acción (Action Office 1968)

Herman Miller inspirado en Bürolandschaft creó un producto basado en la filosofía de la nueva Europa. Era el primer sistema de mueble modular de trabajo, con bajos muros divisores y superficies flexibles de trabajo. En el lado positivo de la mesa cubículo ofrece opciones de personalización por parte de sus usuarios. Se pueden transformar todas las paredes que rodean el trabajador en las superficies de trabajo productivos. Debido a que las paredes están a su alcance, y porque muchos de ellos ofrecen los agujeros y los ganchos para colgar estantes pequeños, tablonces de anuncios u otros accesorios, elementos que fueron colocados por una sola vez en la superficie horizontal del escritorio se pueden mover a las superficies verticales.



Imagen N° 43

Estación modular de trabajo – Herman Miller

Link: <http://www.nydof.com/furniture/workstations/herman-miller-action-office-workstations>

Granja de Cubículos (Cube Farm 1980)

El concepto de cubículo llevado al extremo. Mientras se perdía la figura de gerentes medios, una nueva clase de empleados surgía: los que eran muy importantes para un simple escritorio pero muy novatos para un sientto gerencial. A los gerentes los colocaban en los puestos de la forma sencilla con muros modulares. El mar de cubículos nacía.

Granjas del cubo se encuentra a menudo en empresas de alta tecnología, pero también aparecen en el sector de los seguros y otros campos relacionados con el servicio. Muchas granjas del cubo fueron construidos durante el boom de las puntocom .



Imagen N° 44
Ejemplo de Cubículos de trabajo
Link: http://reneebrack.com/images/cube_farm.jpg

Oficina Virtual (1980)

La idea vino de la convergencia de la innovación tecnológica y la era de la información, las influencias de la tecnología y la información han tenido el mayor efecto sobre la evolución reciente de la oficina. El uso generalizado de Internet, los ordenadores portátiles y teléfonos móviles ha creado una situación mucho más fluida. Los trabajos podrían ser más móviles y se mueven de la oficina a la cafetería o en el hogar.



Imagen N° 45
Imagen conceptual de Internet
Link: <http://www.visualfusion.biz/wp-content/uploads/2011/10/virtual-office.jpg>

El ahorro de costos de teletrabajo y outsourcings no podía ser ignorado por las empresas que se enfrentan las nuevas exigencias para seguir siendo competitivos en los mercados globalizados de la década de 1990.

Por un lado, las empresas tradicionales empiezan a flexibilizar las jornadas laborales, comprendiendo que con las actuales herramientas tecnológicas de comunicación ya no era imprescindible asistir diariamente a la oficina. Las labores podían ser comandadas desde cualquier otro punto de la ciudad, país o continente siempre y cuando se contara con los servicios mínimos de conexión.

Por otro lado, esta flexibilidad para desarrollar labores sustentada en la tecnología comunicacional facilitó el desarrollo profesional de trabajadores independientes, donde su oficina no era el espacio físico donde sentarse a trabajar sino que su “oficina” se componía de un computador portátil, conexión a internet y en algunos casos un teléfono móvil.

En respuesta a estos trabajadores móviles, ya sean dependientes o independientes es que aparece en el mercado el negocio del arriendo de oficinas temporales, un servicio extremadamente flexible en espacios, tiempos y facilities.

La primera aplicación comercial de una oficina virtual se produjo en 1994, cuando Ralph Gregory fundó “La Oficina Inteligente”, en Boulder, Colorado. Esta compañía se expandió en toda América del Norte y ahora se conoce como “Oficina Inteligente”.



Imagen N° 46
Sitio Web “La Oficina Inteligente”
Link: <http://www.intelligentoffice.com>

2.3. Clasificación tipológica

Las oficinas, como se ha mencionado antes datan de muchísimos años atrás, en la antigüedad clásica eran parte de un palacio complejo o un templo grande. Existían cuartos donde se guardaban los pergaminos y los individuos realizaban su trabajo.

En la actualidad, existen diferentes tipos de empresas y trabajos y cada una de ellas requiere de un espacio físico para poder ejercerla, entonces podemos definir la palabra oficina como un espacio físico destinado al trabajo.

Existen variadas formas de clasificar las oficinas dependiendo del grado de detalle con que se desee analizar, donde una primera aproximación sería clasificarlas entre oficinas convencionales y oficinas panorámicas o ampliadas.

- **Oficinas Convencionales**, donde existe el clásico pasillo dando acceso a cubículos-oficinas alineados, algunos más herméticos que otros, pero siempre bajo la misma modulación.
- **Oficinas Panorámicas**, donde se minimiza el uso de oficinas privadas y se potenció el uso del espacio comunitario, de esta forma el espacio se asigna en función de la necesidad y no de la jerarquía.

Diversos actores Inmobiliarios tanto nacionales como internacionales, tales como Colliers, Market Report, Market Review y Portal Inmobiliario entre otros, han coincidido en los parámetros para identificar y clasificar las oficinas de una forma ya más detallada, considerando:

- Clase
- Localización
- Tamaño
- Usos de Edificio
- Terminación y Amenities (Los amenities son las comodidades o el valor agregado que posee una oficina).

2.3.1. Clasificación por clase

La clasificación por clase es el resultado de la combinación de diversas variables, tales como: antigüedad, localización, calidad constructiva, amenities, precio y perfil del cliente.

El mercado se encuentra dividido en 3 clases:

CLASE A y A+

Generalmente son los más deseados del mercado debido a su excelente localización, alto nivel de diseño, amenities, sistemas tecnológicos y management. El mercado de oficinas clase A y A+ lidera el mercado y atrae a clientes con gran poder económico. Si bien antiguos edificios pueden ser reciclados y posicionados en el mercado de Clase A, los edificios que entran en esta categoría son nuevos en su mayoría.

En algunos mercados existe lo que se denomina Edificio Inteligente. Se trata de edificios que tienen un alto grado de tecnología y valor agregado en el management, que lo diferencian del resto. La imagen corporativa es un elemento fundamental para estos casos.

CLASE B

Edificios con buena ubicación, management y buen nivel constructivo cuya estructura funcional es antigua.

Se trata de edificios de generaciones pasadas que han tenido un alto grado de mantenimiento.

CLASE C

Generalmente son edificios más antiguos que los A y B y que no han sido modernizados. Dada la diversidad existente de este tipo de edificios la información sobre estos no siempre se encuentra disponible. Asimismo las clasificaciones o diferencias de estos pueden variar sensiblemente de acuerdo al mercado.

2.3.2. Clasificación por localización

En el área metropolitana existen varias áreas para clasificar. Las localizaciones dependen generalmente de los patrones de desarrollo imperantes. El centro de la ciudad generalmente se caracteriza por una alta densidad y altos alquileres. Los clientes que prefieren este tipo de localizaciones son corporativos e institucionales.

En áreas suburbanas es más difícil clasificar el tipo de cliente, ya que las razones de la localización en áreas suburbanas pueden obedecer a distintos factores.

POR TAMAÑO

El mercado de oficinas en cuanto al tamaño puede clasificarse en las siguientes categorías:

- Gran Altura 16 pisos o más
- Mediana Altura 4 a 15 pisos
- Baja Altura 1 a 3 pisos

En cuanto al tamaño de la oficina, varía de acuerdo con la localización, el tipo de clientes, y las regulaciones urbanísticas.

Se denota una gran tendencia hacia la flexibilidad del espacio a fin de poder satisfacer las variadas necesidades del mercado.

2.3.3. Clasificación por usos y tipos de propiedad

Los edificios pueden tener un propietario o varios. Al mismo tiempo pueden tener un solo locador o varios. Asimismo se encuentran en el mercado edificios multipropietarios y edificios corporativos.

2.3.4. Clasificación por terminación y amenities

En este sentido, se identifican los siguientes elementos que son considerados a los efectos de clasificar a los edificios en:

- Nivel de terminaciones
- Nivel de tecnología
- Parking (costo y capacidad)
- Por sustentabilidad

Los edificios de última generación califican bajo los estándares LEED “Leadership in Energy and Environmental Design” siglas en inglés para la denominación Liderazgo en el Diseño Energético y Medioambiente. Estas normas aseguran la sustentabilidad del edificio, con ahorro de energía y tratamiento ecológico de todos sus componentes.

2.3.5. Clasificación por superficies

Al momento de analizar el inmueble a tasar y al considerar los antecedentes deberá prestarse suma atención a considerar las superficies. Dejando bien en claro cuál es la superficie que se toma, que espacios incluye:

- Superficie Total: incluye los m² propios y de uso común.
- Superficie Propia: incluye sólo los m² disponibles para uso exclusivo de la unidad a tasar, incluyendo pasillos y zonas de servicios (toilettes, office u otros).
- Superficie de Alfombra: es la superficie destinada exclusivamente a oficinas, excluyendo servicios.

2.4. Análisis de referentes

Se puede establecer que las variables que determinan la clasificación de las oficinas son muchos, y que algunos parámetros son fácilmente medibles, como por ejemplo la antigüedad del edificio, la superficie y su equipamiento estándar, sin embargo existen otros parámetros como la ubicación, las terminaciones y el precio cuya valoración dependerá de las particularidades del lugar de estudio, los usuarios y sus necesidades.

A modo de resumen se propone establecer una tabla de evaluación del servicio de arriendo de Oficinas que permita comparar.

CIUDAD	LOCAL	Equipamiento							Servicios								
		Living	Mesa Individual	Mesa Comunitaria	Oficina Privada	Sala de Reuniones	Auditorio		Oficina Virtual	impresiones	Fotocopias	Scanner	Lockers	Candado Notebooks	Servicio de Motoboy	Cocina	Espacio exterior
Bs Aires	Urban Station	SI	SI	SI	No	25	40		SI	SI	SI	SI	SI		SI		
Bs Aires	Areatres	SI	SI	SI	SI	10	NO		SI								
Sao Paulo	Pto de Contato	SI	SI	SI	SI	8	NO		SI	SI	SI	SI	SI		SI		
R. de Janeiro	Bees Office	SI	SI	SI	SI	SI			SI								
C. de Panamá	Casco Station	SI	SI	SI	SI	SI	NO			SI	SI	SI					
C. de Mexico	3er Espacio	SI	SI	SI	SI	6	NO		SI				SI				
Bogotá	Hubbog	SI	SI			6	80			SI	SI	SI	SI			SI	SI
Curitiba	Aldeia Co			SI	SI	10	SI								SI		
Santiago	Club Origen		SI	SI	SI	NO											
Santiago	Urban Station	SI	SI	SI		10	SI			SI	SI	SI	SI				

Tabla N° 01
Resumen características Oficinas Compartidas
Elaboración propia

2.5. Marco normativo

Las principales normativas que regulan las oficinas y su arriendo están enfocadas a la actividad comercial y la edificación del inmueble.

Respecto de la actividad comercial de arrendar una oficina, el organismo que lo regula es el Servicio de Impuestos Internos (SII) estableciendo que el Giro comercial es el Código N° 701001 “ARRIENDO DE INMUEBLES AMOBLADOS O CON EQUIPOS Y MAQUINARIAS”, esta afecta a IVA y tributariamente corresponde a 1° categoría.

Respecto de la edificación, el organismo que lo regula es el Ministerio de Urbanismo y Construcción (MINVU) a través de la Ordenanza General de Urbanismo y Construcción que establece los parámetros mínimos de los espacios y los aspectos de seguridad, estableciendo:

DEFINICIÓN:

“**Edificio de oficinas**”: el conformado por recintos destinados a la prestación de servicios profesionales, administrativos, financieros, de seguros, intermediación de intangibles y otros análogos.

Entre los artículos destacan:

Artículo 4.1.1. En las edificaciones o parte de ellas destinadas a **oficinas** se considerarán:

1. Locales habitables: salas de estar, oficinas, salas de reunión y salas de venta.
2. Locales no habitables: los destinados al tránsito o estadía esporádica de personas, tales como cuartos de baño, cocinas, vestíbulos, galerías o pasillos.

Los locales habitables tendrán una altura mínima de piso a cielo, medida en obra terminada, de 2,30 m, salvo bajo pasadas de vigas, instalaciones horizontales, y áreas menores de recintos ubicados directamente bajo techumbres inclinadas.

La medida vertical mínima de obra terminada en pasadas peatonales bajo vigas o instalaciones horizontales será de 2 m.

Artículo 4.1.4. La ventilación de oficinas podrá efectuarse directamente hacia patios y vías particulares o públicas, o bien, por escotillas o linternas de techumbres por las cuales deberá el aire circular libremente sin perjudicar recintos colindantes. El área mínima de estas aberturas no será inferior a la duodécima parte del área del piso del local.

La ventilación de tales recintos puede efectuarse también por medios mecánicos que funcionen sin interrupción y satisfactoriamente durante las horas de trabajo.

Artículo 4.1.5. Los locales según sus condiciones acústicas, se clasificarán en los siguientes grupos:

Las Oficinas pueden recibir ondas sonoras del exterior, pero en los cuales interesa que esta recepción sea limitada de modo que no tome forma inteligible, capaz de provocar desviaciones de la atención.

Artículo 4.2.4. La superficie de la edificación o del sector de ella que señala la tabla de éste artículo, se considerará ocupada por personas para la determinación de la carga de ocupación, estableciendo 10m² por persona.

CAPITULO 3 – ESTUDIO DEL MERCADO LOCAL

“Esta tendencia permite diferenciar el hogar de la oficina, entregando a sus usuarios todas las comodidades. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta modalidad, aunque se presenta muy atractiva, no se ajusta a todas las profesiones ni trabajos, ya que está pensada para personas que pueden trabajar de manera más individual y que pueden manejar sus propios horarios”,

*Álvaro Vargas
Gerente Gral. Trabajando.com*

3.1. La oferta en el mercado local

3.1.1. Situación actual de la oferta y la demanda

De acuerdo a cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas INE, el desarrollo económico en la ciudad de Concepción durante los últimos 20 años se ha visto duplicado. El sector económico de servicios personales corresponde al 12,8% y su participación ha sido estable a través del tiempo.

Por otro lado, en Concepción el turismo de negocios está constantemente demandando espacios de oficinas, Salas de reuniones y auditorios para su desarrollo.

La oferta de arriendo de oficinas ejecutivas se está viendo incrementada debido a que Concepción se está consolidando como ciudad de negocios, la incorporación de nuevas profesiones que se pueden desarrollar de forma independiente y los programas gubernamentales que están potenciando a los trabajadores independientes y la creación de nuevas empresas han establecido la necesidad de espacios para albergar a estos trabajadores, de igual forma Concepción se está fortaleciendo como la capital del turismo de negocios y congresos del Sur de Chile.

Este empuje económico ha puesto en evidencia que existe un déficit de m² de Oficinas y los números lo demuestran. El stock, incluidos los tres edificios incorporados el año 2011, supera levemente los 75.000 m², mientras que antes del terremoto del año 2010, el stock superaba los 85.000 m².

En el año 2012 se observó la recepción de aproximadamente 40.000 m² adicionales, equivalentes a más 50% del stock actual, lo que probablemente provocó un aumento considerable en la vacancia. Estos nuevos ingresos se desglosan principalmente en 7 proyectos, de los cuales 4 serían clasificados como Clase A. El 2013 se incorporaron 32.000 m² de oficinas y para este 2014-2015 se espera la inclusión de 50.000 m².

3.1.2. Localización

Si bien hasta hace algunos años el mercado de las oficinas se ubicaba entre las principales avenidas Arturo Prat, Paicaví, Carreras y O'Higgins, estableciendo el centro de Concepción, en la actualidad el escenario es diferente y han aparecido nuevos sectores que están empezando a consolidarse como núcleos de servicios y que se ven acompañados por la oferta de nuevos recintos para Oficinas.

En la actualidad es posible reconocer 4 sub mercados en el gran Concepción que están predominando la oferta de venta y arriendo de oficinas, estos son:

Centro de Concepción

(Av. Prat, Paicaví, Los Carrera y O'Higgins)

San Pedro de la Paz

(Los Canelo, Michimalonco, P. Aguirre Cerda)

El Trébol

(Intersección J. Alessandri, R154, Paicaví)

Pedro de Valdivia

(Av. P. de Valdivia, Av. Inglesa, Arturo Junge)



Imagen N° 47 "Mapa intercomunal Concepción"
Elaboración Propia

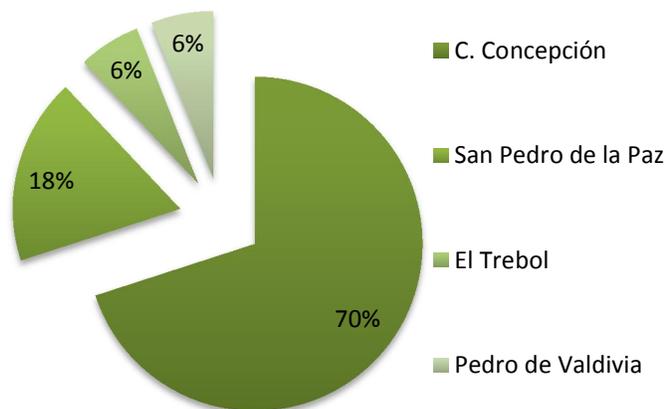


Gráfico N° 01
Participación Sub-Mercados de Oficinas
Elaboración Propia
Fuente: Realsource

3.1.3. Evaluación de precios

El déficit de oficinas junto con una creciente demanda incrementada por los acontecimientos del terremoto del 2010 generó una continua alza de los valores de arriendo. Con el ingreso en el 2011 de nuevos edificios con características técnicas y espaciales sobre la media del mercado, empujaron aún más los valores al alza.

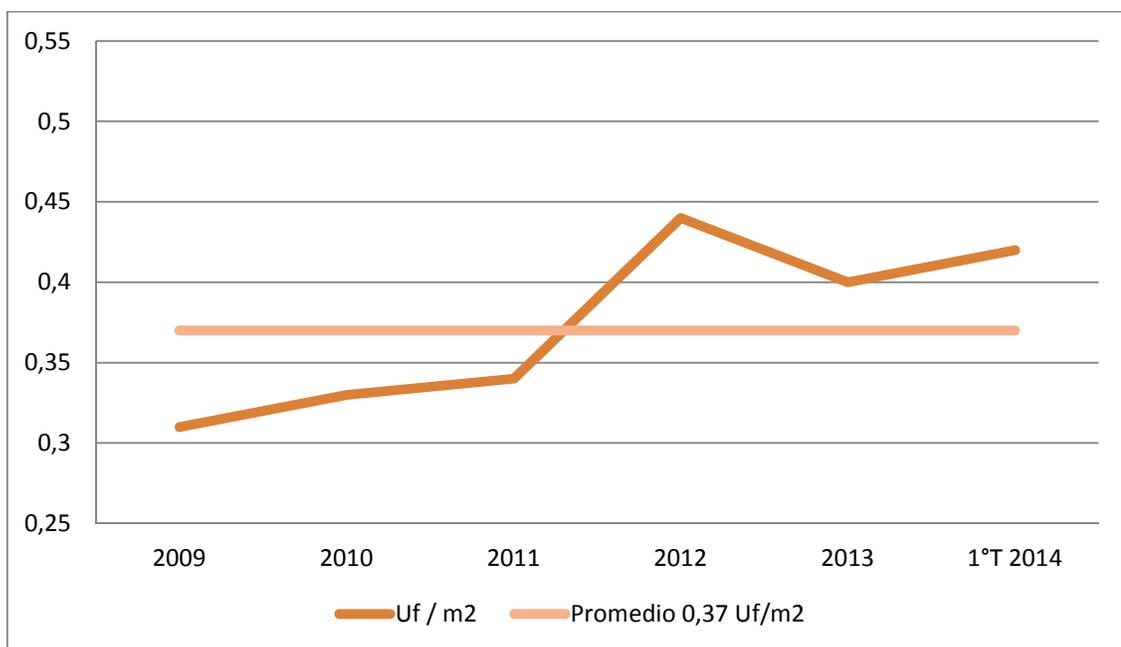


Grafico N° 02
Variación Anual de Valores de Arriendo de Oficinas en el Gran Concepción
Elaboración Propia
Fuente: Cámara Chilena de la Construcción

Fue recién a partir del año 2012 donde se incorporan nuevos edificios, donde se comienza a observar una estabilización en los valores y ya en el año 2013 se confirma con el aumento de m² disponibles.

Con la aparición de nuevos edificios o antiguas construcciones adaptadas para el uso de oficinas es que se están empezando a consolidar nuevos sub-mercados: El Trébol, Pedro de Valdivia y San Pedro de la Paz y con distintas tendencias de valores.

Las mayores diferencias de precios uf/m² están en las oficinas ubicadas en el centro de Concepción, seguido por San Pedro de la Paz.

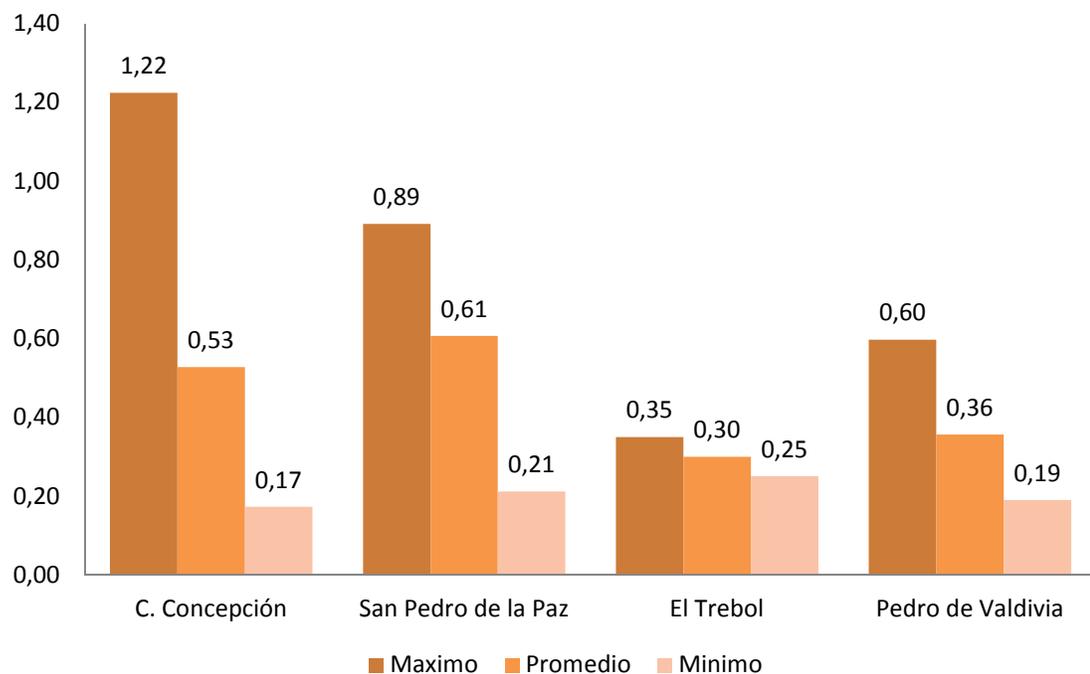


Grafico N° 03

Variación Anual de Valores de Arriendo de Oficinas en el Gran Concepción por sectores
 Elaboración Propia
 Fuente: Cámara Chilena de la Construcción

3.1.4. Stock / en construcción

Hasta inicios del 2010 el stock de superficie para oficinas en el Gran Concepción se estimaba en 85.000 m² distribuidos en su gran mayoría en el centro de la ciudad de Concepción. De acuerdo a cifras publicada por el Retail Financiero, posterior al terremoto del 2010 este stock se vió fuertemente disminuido llegando a cifras cercanas a 60.000 m² reflejándose principalmente en la escasas de m² disponibles para arrendar.

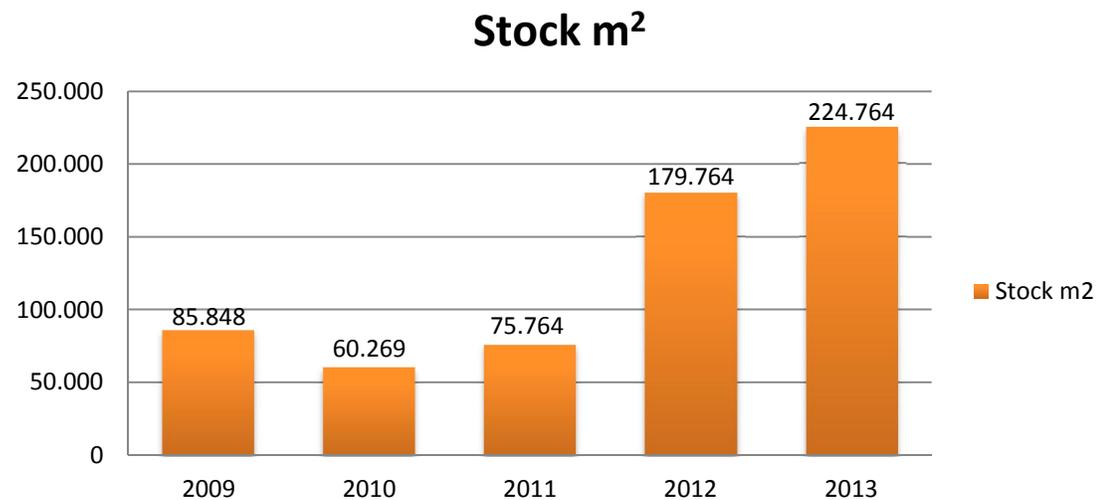
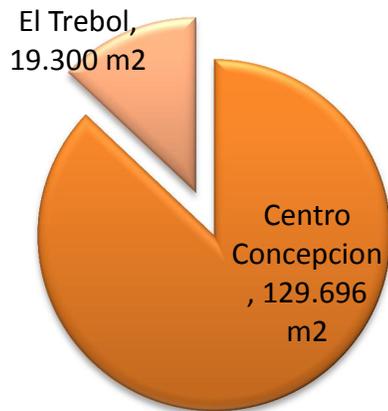


Gráfico N° 04
Variación Anual del Stock de m² de oficinas
Elaboración Propia
Fuente: Cámara Chilena de la Construcción

Durante el 2011 y con la entrada de 4.376 m² en el mercado de las oficinas se llegó a un stock total de 75.000 m², aun distante de los 85.000 que existían antes del 2010. El 2012, el mercado se vió enormemente incrementado debido a la construcción más de 104.000 m² y al menos 45.000 m² más en el 2013, distribuidos en diez proyectos. De estos, 2 proyectos están en el sector El Trébol y el resto en el Centro de Concepción.



PROYECTOS	
CC	Centro Plaza
CC	Centro Costanera
CC	Sinergia
CC	Latín Capital
CC	Independencia
CC	Futuro Office
CC	Studio Sur
CC	Neo Centro
ET	San Andres
ET	Biobío Centro

Grafico N° 05
 Principales Edificios de Oficinas y su ubicación
 Elaboración Propia
 Fuente propia

Esta baja disponibilidad, además, motivó un mercado paralelo: el de habilitación de casas y departamentos habitaciones como oficinas, lo que en algunos casos derivó a la oferta de Oficinas compartidas o Coworking, esquema de arriendo que día a día está ganando más adeptos.

3.2. La demanda en el mercado local

3.2.1. Situación actual de la demanda

La demanda sigue la tendencia creciente de los últimos años reflejada en las extremadamente bajas tasas de vacancia. El aumento del valor m^2 no ha sido motivo para disminuir la demanda de espacio de oficinas.

De acuerdo a cifras del informe Inmobiliario Realsource, la absorción de espacios de oficinas fue liderada por el sub-mercado de Centro Concepción con más de un 88%, alcanzando 952 m^2 aproximados. Esta absorción generó una disminución de más de un 60% de la vacancia de este sub-mercado, la cual alcanzó solo 1%, mientras, los otros lograron una disminución promedio de 30% aproximadamente.

La pronta entrada al mercado de nuevos proyectos debería estabilizar el valor en aproximadamente 0,45 uf/m^2 y equilibrar la vacancia a un 5 a 8%.

3.2.2. Indicadores de la demanda

Desde hace algunos años viene siendo común escuchar sobre la baja disponibilidad de oficinas en el gran Concepción, lo que se ve reflejado con las cifras de vacancia de los últimos cuatro años que promedian un bajo 1,69%.

Durante el año 2011 la tasa de vacancia de oficinas alcanzó un promedio de 2,29% equivalentes a 1.735 m^2 disponibles para arriendo o venta. El último trimestre se observa un aumento del porcentaje debido al ingreso de nuevos edificios al mercado.



Grafico N° 06
 Vacancia del año 2011
 Elaboración Propia
 Fuente: Real Source

Una tasa razonable de vacancia es en torno al 5%, explica Diego Marcenaro, socio de Real Source. Agrega que, sin embargo, los niveles de vacancia bajos se mantuvieron hasta fines del 2012, cuando con la incorporación de nuevos m² los precios se comenzaron a estabilizar o incluso disminuir.

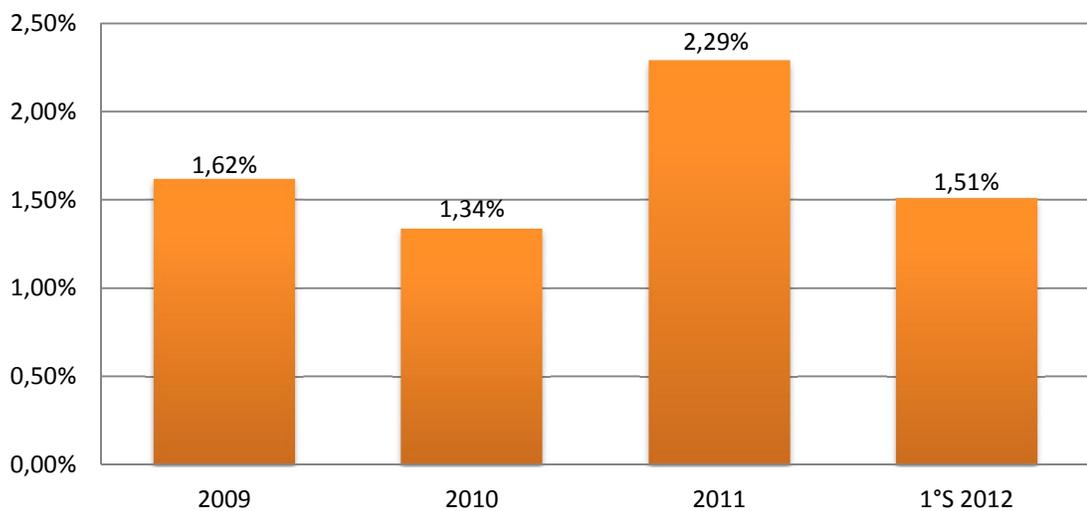


Grafico N° 07
 Vacancia de Oficinas en el Gran Concepción, periodo 2009 - 2012
 Elaboración Propia
 Fuente: Real Source

El levantamiento de la oferta de arriendo del primer semestre del 2012 reflejó que gran parte de las oficinas disponibles son espacios antiguos o refaccionados que concentran principalmente en el centro de Concepción y San Pedro de la Paz.

3.2.3. Tendencias del mercado local

Si bien durante estos últimos años (2010 – 2014), se ha visto la aparición de innumerables nuevos m² de oficinas en la intercomuna de Concepción, estos en su mayoría son para la venta, dejando sin respuesta a un segmento importante de profesionales y empresas que no desean, no pueden o no necesitan adquirir un espacio fijo para uso a tiempo completo.

Por otra parte, desde hace un tiempo está siendo común escuchar el término “outsourcing” que se basa en la externalización de las tareas secundarias de una empresa. Buscando orientar todos los esfuerzos en lo medular de su trabajo, logrando concentrarse en el negocio, mejorar sus servicios, aumentar y mejorar las capacidades de respuestas, reducción y control de costos y liberar recursos humanos.

El servicio de arriendo temporal de oficinas es reflejo de la manera de simplificar el trabajo mediante la externalización, donde el cliente contrata por un periodo de tiempo acotado todo lo necesario para desarrollar su trabajo de oficina, obteniendo desde lo más básico, es decir un escritorio y silla, cuyo servicio puede ser complementado con una infinidad de adicionales, como por ejemplo, impresiones, fotocopias, despacho de correspondencia, secretaria, asesorías, etc. Si bien hasta hace algunos años quien trabajaba con una oficina se veía amarrado físicamente, por el computador de escritorio, internet y el fax, hoy lo fundamental de la oficina es el notebook y una conexión de internet inalámbrica lo que facilita enormemente la movilidad.

En el mercado local Concepción tímidamente están apareciendo centros que ofrecen arriendos de oficinas temporales, pero aun de forma improvisada y con acotadas potencialidades ya sea por su tamaño, imagen corporativa o ubicación.

3.3. El mercado objetivo

Dentro del mercado local es posible reconocer grupos de profesionales que ejercen de forma independiente, ya sea profesionales jóvenes cuyo lugar de trabajo en el casa o departamento, pequeños emprendimientos que están en su etapa de conformación, y trabajadores viajeros que están de paso por Concepción y que vienen a labores puntuales que en promedio se extienden por no más de 2 días.

Estos sectores de trabajadores, no desean, no están interesados o bien no están en condiciones de hacer grandes inversiones para establecer una oficina tradicional donde realizar sus negocios, y requieren de soluciones que permitan orientar todos o gran parte de sus esfuerzos a la parte fundamental del negocio sin tener que preocuparse por incurrir en gastos de oficinas, equipamiento y personal.

Por la naturaleza del problema de decisión, se hace necesario ahondar en las características de este usuario, buscando identificar sus preferencias, necesidades y requerimientos de servicios, sus características etáreas, ocupación, nivel de ingresos, frecuencia de la necesidad de un espacio de trabajo y canales de información de cómo llegar a este cliente objetivo.

3.3.1. El perfil del cliente

Para identificar el perfil de los clientes, se optó por realizar una encuesta online entre los trabajadores independientes dentro del Gran Concepción, que incluye las comunas de Concepción, Chiguayante, San Pedro de la Paz, Coronel, Talcahuano y Penco.

El universo encuestado fue de 69 personas, las cuales respondieron 9 preguntas orientadas a identificar su ubicación geográfica, edad, lugar donde desarrolla su trabajo, interés en arrendar un espacio de tiempo compartido y por cuanto tiempo a la semana, tiempos de traslado, preferencias de ubicación, interés en contar con estacionamiento y preferencias por servicios complementarios.

3.3.2. Origen del cliente

Por un lado están los visitantes, que están en Concepción por motivos de trabajo, son profesionales, empresarios y consultores y que provienen en su gran mayoría desde la ciudad de Santiago. Por otro lado están los profesionales locales que en su gran mayoría son jóvenes y sus lugares de residencia están dentro del Gran Concepción.

Dentro de la encuesta aplicada, fue posible determinar la procedencia, con los siguientes porcentajes de incidencia:

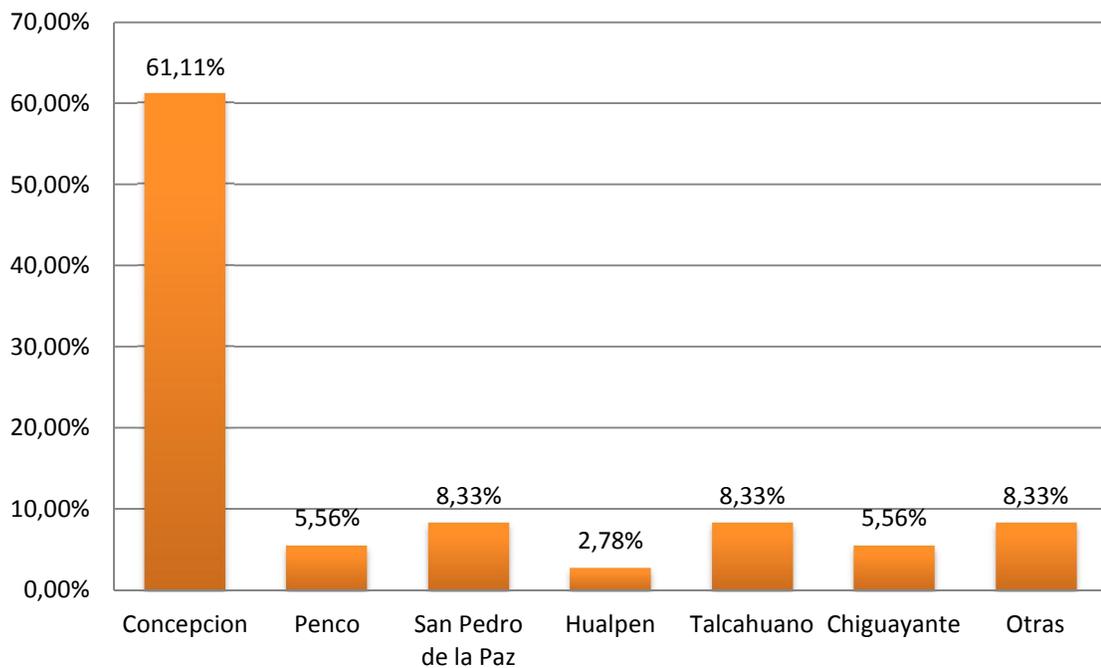


Grafico N° 08
Lugar de origen de los encuestados
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

3.3.3. Profesiones u oficios

Entre los encuestados, se identificó que las principales ocupaciones de estos tipos de clientes son:

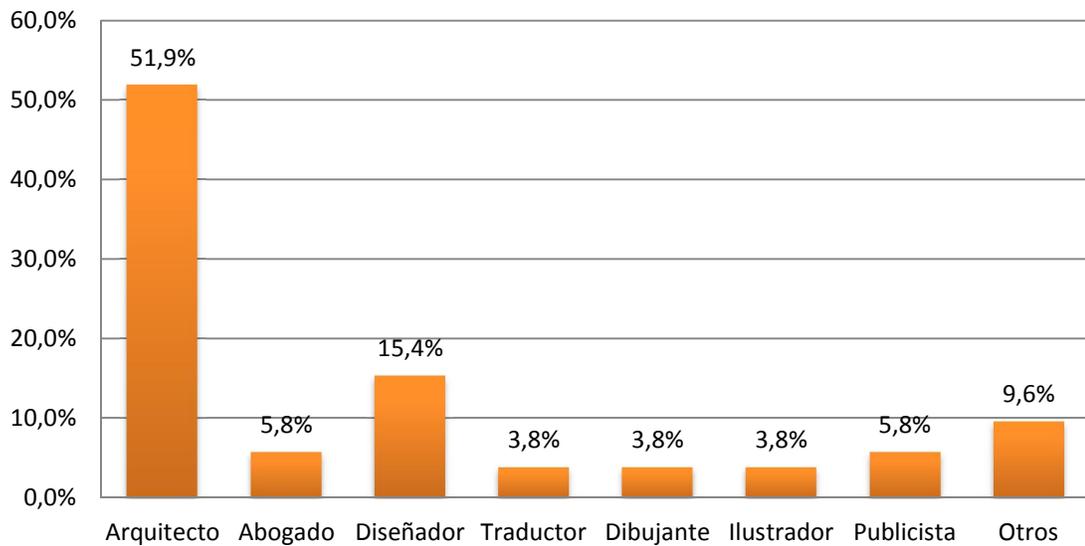


Grafico N° 09
Profesión u Oficio de los encuestados
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

3.3.4. Características etáreas

Los profesionales que utilizarían este tipo de espacios de trabajo se caracterizan por ser adultos jóvenes:

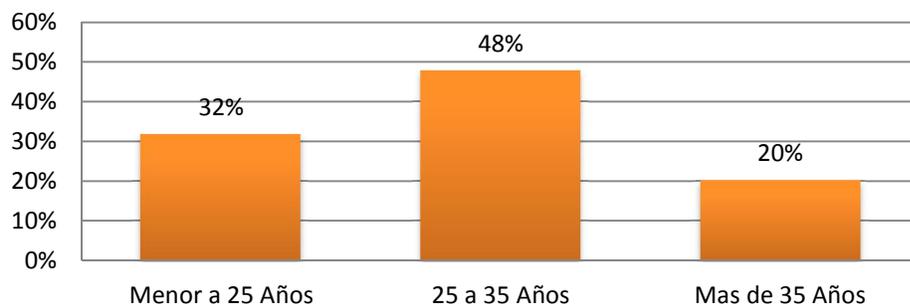


Grafico N° 10
Edad de los encuestados
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

3.3.5. Lugares de trabajo

Este tipo de profesionales (independiente y/o freelance) han desarrollado una flexibilidad para poder trabajar casi desde cualquier lugar, donde lo importante es tener un una mesa y una conexión a internet.

Trabajan mayoritariamente desde sus casas u oficinas, pero también desde servicentros, Bibliotecas, Cafés, etc.

Entre los encuestados, se pudo observar la siguiente tendencia:

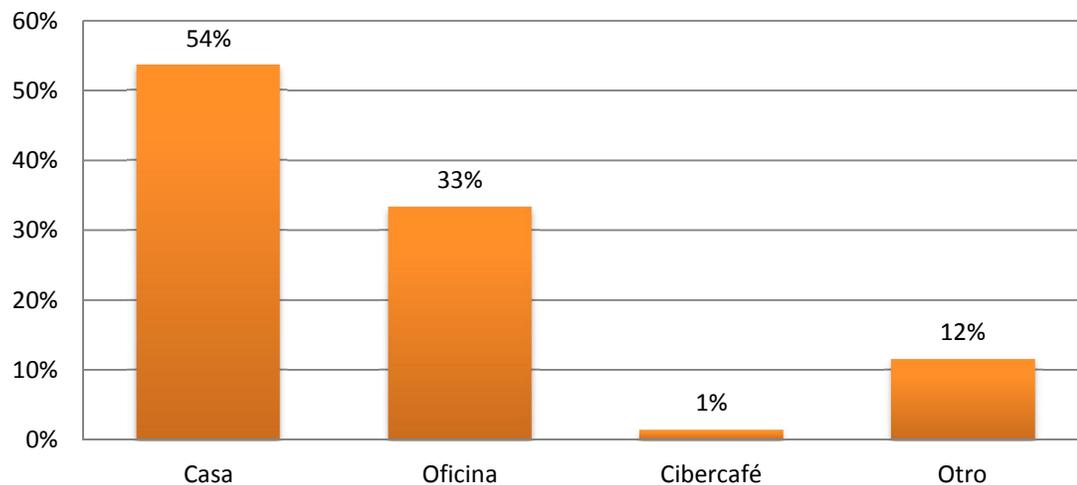


Grafico N° 11
Ubicación actual donde desarrollan el trabajo los encuestados
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

3.3.6. Jornadas laborales

Al consultar por los días efectivos que se destinaban al trabajo de escritorio, se pudo observar una clara tendencia, siendo 3 y 5 días las respuestas del 73% de los encuestados.

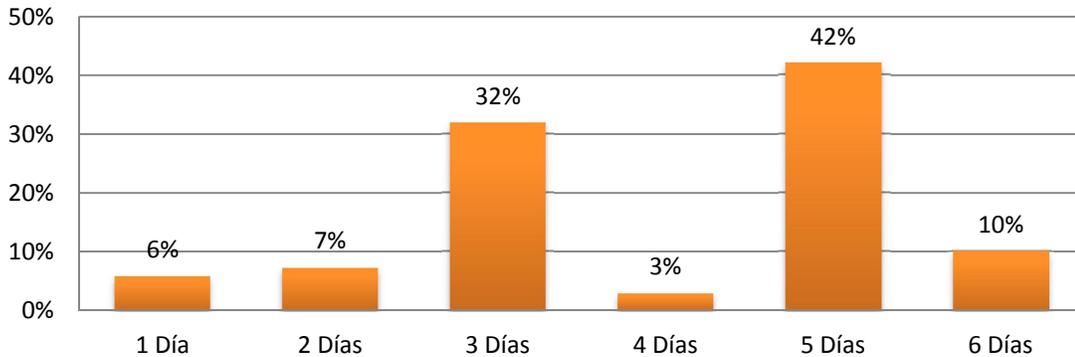


Grafico N° 12
Cantidad de días de trabajo de escritorio
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

Los periodos de trabajo también demuestran una tendencia a enmarcarse dentro de las jornadas laborales pre-definidas, pero hay un 10% de los encuestados que indicó estar interesados en contratar servicios solo menos de 2 horas, lo que lleva a pensar que es solo para atender clientes.

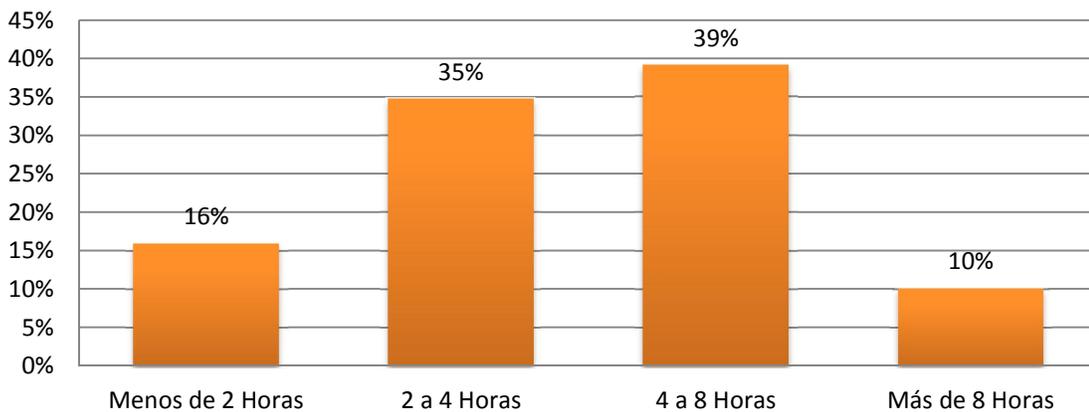


Grafico N° 13
Cantidad de horas diarias destinadas al trabajo de oficina
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

3.3.7. Ubicación y traslados

Tras consultar por sus intereses y valoración sobre la ubicación de un Servicio de Oficinas compartidas, se puede destacar que el 53% no estaría dispuesto a destinar más de 30 minutos en traslado desde su hogar hasta estas oficinas compartidas.

Por otra parte, gran parte de los encuestados valoró altamente que estuviese en el área céntrica de Concepción y próximo al transporte. Sumado a que el 83% indicó no estar dispuesto a desembolsar un costo adicional por un estacionamiento.

PROXIMO A TRANSPORTE PUBLICO



Gráfico N° 14

UBICACIÓN CENTRICA

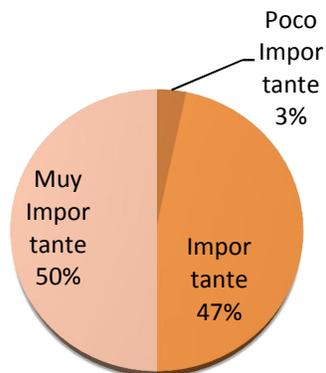


Gráfico N° 15

TIEMPO DE TRASLADO

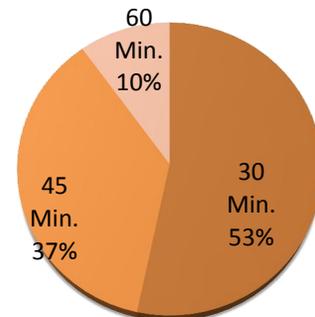


Gráfico N° 16

Gráfico N° 14 – Preferencia de tiempo máximo para destinar a traslado

Gráfico N° 15 – Preferencia respecto de la ubicación de la Oficina propuesta

Gráfico N° 16 – Preferencia respecto proximidad al transporte publico

Elaboración Propia

Fuente: Encuesta propia

3.3.8. Valoración de servicios

En la última parte de la encuesta se les consultó cuanto valorarían ciertos servicios en una hipotética Oficina compartida.

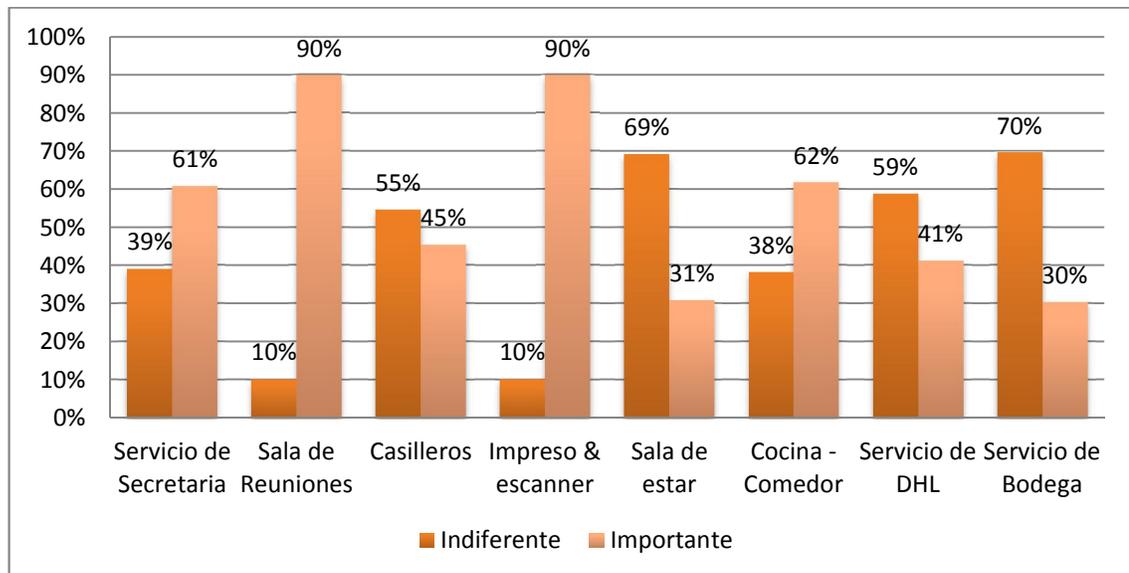


Grafico N° 17
Valoración de servicios complementarios de la oficina compartida
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

CAPITULO 4 – EVALUACIÓN DE INSERCIÓN Y PUESTA EN MARCHA.

*“Los negocios deben estar donde están sus clientes”,
Agencia Piensa Digital*

4.1. Definición del producto

4.1.1. Tamaño

De acuerdo a los resultados del estudio de mercado local y los indicadores obtenidos de la encuesta, es posible establecer ciertos parámetros de tamaños de negocio.

4.1.2. Macro localización

Considerando que gran parte del éxito de un negocio es estar cerca de los potenciales clientes y de acuerdo los resultados de la encuesta donde el 71% de los encuestados considera importante estar próximo al transporte público y el 97% respondió como que prefería el centro de la ciudad es que el emplazamiento de las “Oficinas Compartidas” deberá ubicarse en el considerado radio céntrico de la ciudad de Concepción establecido por las Avenidas Víctor Lamas, Avenida Arturo Prat, Avenida Los Carrera y Lientur.

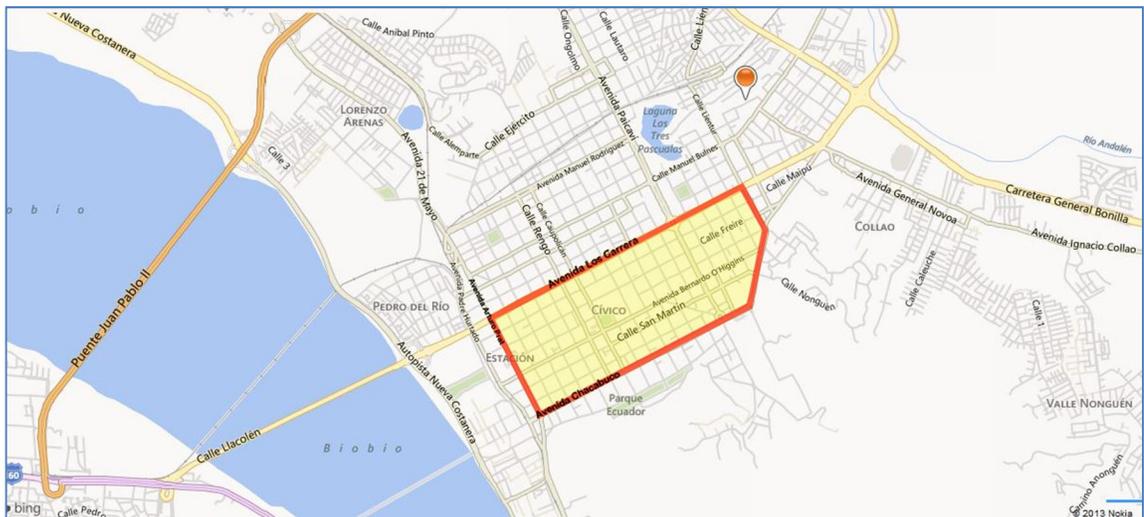


Imagen N° 48
Mapa del radio céntrico de la ciudad
Elaboración Propia
Fuente: Encuesta propia

Al estar ubicado dentro del peri centro de la ciudad la accesibilidad a través de los distintos medios de trasporte está asegurado y existe una amplia gama de servicios y clientes.

4.1.3. Micro localización

Considerando las preferencias de los encuestados, las posibles ubicaciones para establecer el negocio de Oficinas Compartidas deberán evaluarse de acuerdo a la siguiente matriz.

MATRIZ DE EVALUACIÓN

	PUNTOS	PESO
Proximidad a la Plaza de Armas		30%
A 05 minutos caminando	5	
A 10 minutos caminando	3	
A 20 minutos caminando	2	
A 30 minutos caminando	1	
Proximidad a Transporte publico		30%
A menos de 2 cuadras	5	
De 3 a 4 cuadras	3	
De 5 o más cuadras	1	
Antigüedad de la Edificación		20%
Menos de 5 años	5	
Más de 5 años	3	
Estacionamientos		20%
3 o más Estacionamientos	5	
2 Estacionamientos	3	
1 Estacionamientos	1	
0 Estacionamientos	0	

Tabla N° 02
Matriz de Evaluación de ubicación
Elaboración Propia

4.2. Cuantificación de requerimientos e insumos

Una vez identificada la ubicación y determinada la capacidad en superficie, es fundamental desarrollar el layout del local y determinar y cuantificar los requerimientos para poder operar en negocio.

LAYOUT DEL LOCAL

El diseño del layout ha permitido definir los espacios y la distribución de estos, estableciendo el siguiente programa arquitectónico:

- Área de Recepción
- Oficina Administrativa
- 6 Oficinas individuales
- Espacio comunitario con 16 escritorios de trabajo
- 2 Cabinas telefónicas con mini escritorio a libre disposición de quienes arriendan los escritorios abiertos, permitiéndoles sostener conversaciones privadas.
- 2 Salas de reuniones con capacidad para 6 personas cada una, con la flexibilidad de transformarse en un solo espacio mayor.
- Cafetería
- Servicios higiénicos
- Bodega.

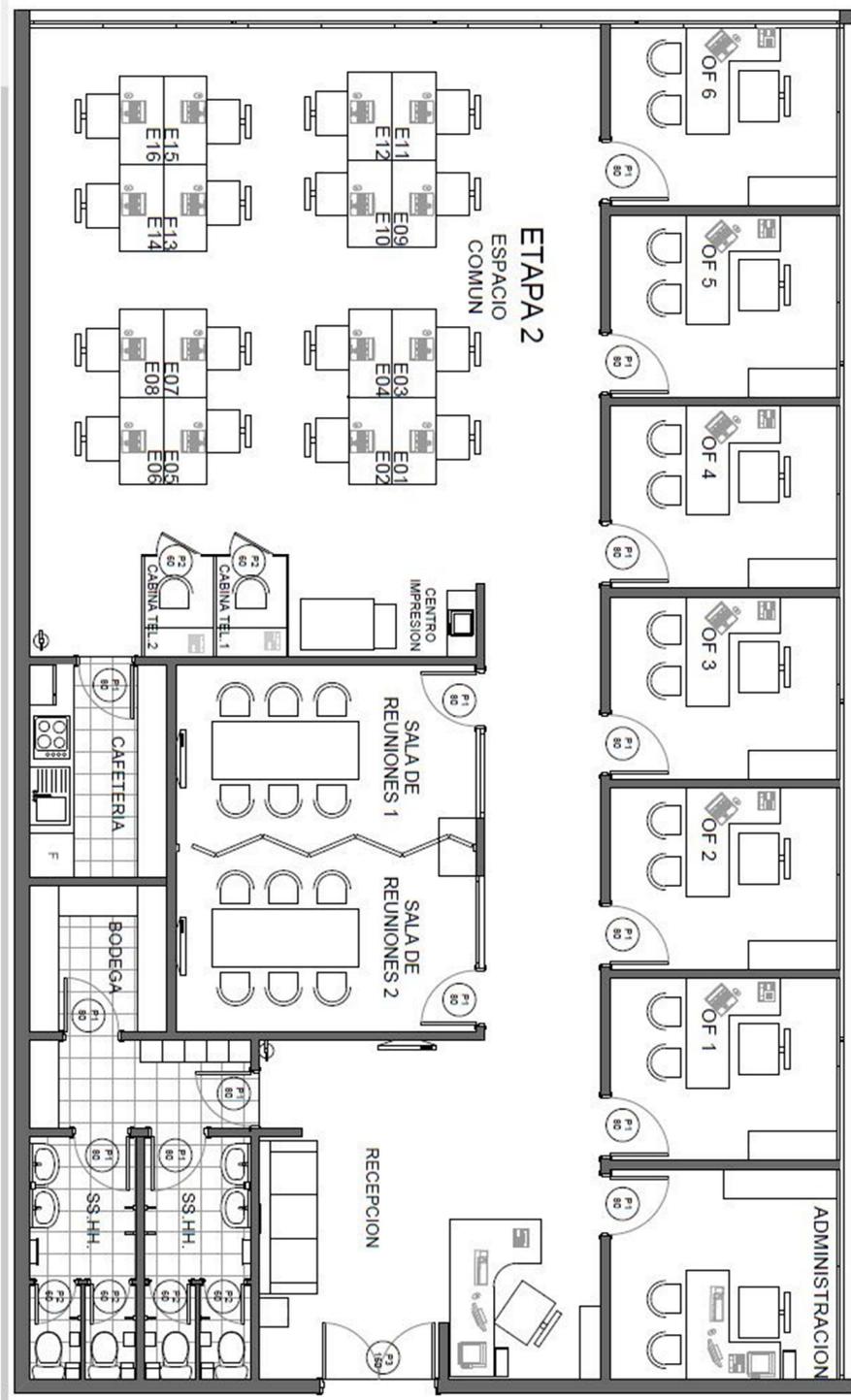


Imagen N° 49
 Plano de distribución "Oficina Flexible"
 Elaboración Propia

CUANTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS

Una vez que se cuenta con el plano de distribución de los espacios, la individualización del mobiliario y especificación del equipamiento es necesario cuantificar los requerimientos para llevar a cabo el proyecto.

El primer paso es cuantificar los costos de Habilitación, compuesto por todos los materiales y mano de obra necesaria para habilitar el recinto a arrendar: Revestimiento de pisos, muros, tabiques, instalaciones sanitarias, eléctricas y corrientes débiles, seguridad, calefacción, etc.

Por otro lado se deberán identificar la cantidad de mobiliario necesario para poder operar el negocio: escritorios, sillas y sillones, estantes, cajoneras, pizarras, mesas de reuniones, etc.

De forma complementaria, se deberán considerar todos los equipos necesarios para operar, como por ejemplo: Computadores, fotocopiadoras, impresoras, scanner, pantallas – proyectores, teléfonos, lámparas, etc. Para el área de servicios, se requerida de refrigerador, cafetera, hervidores.

Se deberán cuantificar los materiales e insumos básicos de renovación periódica, tales como: papelería, tinta, archivadores. Para el área de servicios, café, Té, azúcar, galletas. Para el área de limpieza: Líquidos de limpieza, papel higiénico, jabón, paños.

Finalmente, se deberán considerar los costos fijos como por ejemplo: el arriendo del local donde se desarrollará el negocio, servicios básicos eléctricos y sanitarios, telefonía e internet, mantenimiento página web, seguro, y los honorarios del administrador, secretaría y auxiliar de aseo.

4.2.1. Requerimientos de habilitación

REQUERIMIENTOS HABILITACIÓN	Cant	Precio Unit	Total
PAVIMENTOS			
Alfombra	218	\$ 5.290	\$ 1.153.220
Porcelanatos	183	\$ 10.066	\$ 1.842.078
MUROS			
Tabiques	68	\$ 40.000	\$ 2.720.000
Divisiones Baños	6	\$ 25.000	\$ 150.000
Ventanas interiores	5	\$ 40.000	\$ 200.000
Puertas	22	\$ 58.000	\$ 1.276.000
CIELOS			
Cielos falsos	207	\$ 8.000	\$ 1.656.000
ARTEFACTOS			
Lavamanos	4	\$ 27.490	\$ 109.960
Wc	4	\$ 65.990	\$ 263.960
Lavaplatos	1	\$ 102.980	\$ 102.980
Encimera eléctrica	1	\$ 134.990	\$ 134.990
INST. ELÉCTRICA			
centros de luz	25	\$ 25.990	\$ 649.750
luz fluorescente	9	\$ 17.990	\$ 161.910
INST CCDD			
Teléfono + Datos	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
INST SANITARIA			
Redes de instalación	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
SEGURIDAD			
Sistema de Seguridad	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
CALEFACCIÓN			
Aire acondicionado	2	\$ 489.900	\$ 979.800
TERMINACIONES			
Pintura	2	\$ 87.960	\$ 175.920
Cornisas	130	\$ 2.990	\$ 388.700
Guardapolvo	130	\$ 3.990	\$ 518.700
ACCESORIOS			
Persianas	21	\$ 25.450	\$ 534.450
Espejos	4	\$ 22.990	\$ 91.960
porta papel	4	\$ 11.060	\$ 44.240
ganchos	8	\$ 4.760	\$ 38.080
papelero	6	\$ 9.690	\$ 58.140
dispensador jabón	2	\$ 29.990	\$ 59.980
dispensador toalla	2	\$ 31.990	\$ 63.980
MANO DE OBRA	30%		\$ 5.302.439
TOTAL			\$ 22.977.237

Tabla N° 03
Tabla de requerimientos de habilitación
Elaboración y Cubicación Propia

4.2.2. Requerimientos administración y atención a clientes.

DETALLE DE MOBILIARIO Y EQUIPOS

REQUERIMIENTOS ADMINISTRACIÓN Y ATENCIÓN	Cant	Precio Unit	Total
MOBILIARIO			
ÁREA RECEPCIÓN			
Escritorio Recepción	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Sillas Clásica PC	2	\$ 35.000	\$ 70.000
Sofá Recepción	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Mesa apoyo Sala Espera	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Set Artículos de escritorio	1	\$ 20.000	\$ 20.000
OFICINA ADMINISTRACIÓN			
Escritorios en L con Cajonera	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Sillón Ejecutivo	2	\$ 45.000	\$ 90.000
Estantes	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Pizarra Acrílica	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Set Artículos de escritorio	1	\$ 20.000	\$ 20.000
ÁREA CAFETERÍA			
Mobiliario Cafetería	1	\$ 500.000	\$ 500.000
ÁREA BODEGA Y ASEO			
Repisas Bodega	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Closet Aseo	1	\$ 120.000	\$ 120.000
		TOTAL	\$ 1.575.000
EQUIPAMIENTO			
ÁREA RECEPCIÓN			
PC de Escritorio	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Teléfono	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Multifuncional (secretaria)	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Lámpara de Escritorio	1	\$ 10.000	\$ 10.000
OFICINA ADMINISTRACIÓN			
PC de Escritorio	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Teléfono	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Lámpara de Escritorio	1	\$ 10.000	\$ 10.000
ÁREA COMÚN			
Router	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Equipo Música	1	\$ 45.000	\$ 45.000
Pantalla Colgante 50"	1	\$ 250.000	\$ 250.000
ÁREA CAFETERÍA			
Cafetera	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Hervidor	1	\$ 19.000	\$ 19.000
Refrigerador	1	\$ 89.000	\$ 89.000
Portavasos	36	\$ 500	\$ 18.000
Vasos Vidrio	36	\$ 680	\$ 24.480
Set Tazas de café	36	\$ 1.200	\$ 43.200
ÁREA BODEGA Y ASEO			
Contenedor Basura 120 Lts	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Aspiradora	2	\$ 120.000	\$ 240.000
Balde + Mopa	2	\$ 12.990	\$ 25.980
Escoba + Pala	3	\$ 2.780	\$ 8.340
Señal de piso mojado	3	\$ 3.990	\$ 11.970
		TOTAL	\$ 1.974.970

Tabla N° 04
Tabla de requerimientos de Mobiliario y Equipos
Elaboración y Cubicación Propia

4.2.3. Requerimiento para el uso directo de los clientes.

REQUERIMIENTOS OPERACIÓN DIRECTA	Cant	Precio Unit	Total
MOBILIARIO - AÑO 0			
SALA DE REUNIONES	2		
Mesa de Reuniones Cap 6p	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Sillón Ejecutivo - Sala Reuniones	12	\$ 45.000	\$ 540.000
OFICINAS CERRADAS	6		
Escritorios en L con Cajonera	6	\$ 80.000	\$ 480.000
Sillón Ejecutivo	6	\$ 45.000	\$ 270.000
Sillas de Visita	12	\$ 30.000	\$ 360.000
Estantes	6	\$ 50.000	\$ 300.000
Pizarra Acrílica	6	\$ 25.000	\$ 150.000
ESCRITORIOS ABIERTOS	8		
Escritorios rectos con Cajonera	8	\$ 60.000	\$ 480.000
Sillas Clásica PC	8	\$ 35.000	\$ 280.000
Biombos de escritorios	8	\$ 30.000	\$ 240.000
CABINAS TELEFÓNICAS			
Escritorios recto	2	\$ 60.000	\$ 120.000
Sillas Clásica PC	2	\$ 35.000	\$ 70.000
ÁREA COMÚN Y OTROS			
Repisero Sala Común	1	\$ 50.000	\$ 50.000
		TOTAL	\$ 3.840.000
EQUIPAMIENTO - AÑO 0			
SALA DE REUNIONES			
Proyector	1	\$ 320.000	\$ 320.000
Teléfono	1	\$ 10.000	\$ 10.000
OFICINAS CERRADAS			
Lámpara de Escritorio	6	\$ 10.000	\$ 60.000
Teléfono	6	\$ 10.000	\$ 60.000
Set Artículos de escritorio	6	\$ 20.000	\$ 120.000
ESCRITORIOS ABIERTOS			
Lámpara de Escritorio	8	\$ 10.000	\$ 80.000
Set Artículos de escritorio	8	\$ 20.000	\$ 160.000
CABINAS TELEFÓNICAS			
Lámpara de Escritorio	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Teléfono	2	\$ 10.000	\$ 20.000
ÁREA COMÚN Y OTROS			
Centro impresión y escáner	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Notebooks (arriendo)	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
		TOTAL	\$ 2.500.000
MOBILIARIO - AÑO 1			
ESCRITORIOS ABIERTOS	8		
Escritorios rectos c/ Cajonera	8	\$ 60.000	\$ 480.000
Sillas Clásica PC	8	\$ 35.000	\$ 280.000
Biombos de escritorios	8	\$ 30.000	\$ 240.000
		TOTAL	\$ 1.000.000
EQUIPAMIENTO - AÑO 1			
ESCRITORIOS ABIERTOS			
Lámpara de escritorio	8	\$ 10.000	\$ 80.000
Notebooks (arriendo)	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
Set Artículos de escritorio	8	\$ 20.000	\$ 160.000
		TOTAL	\$ 1.440.000

Tabla N° 05
Tabla de requerimientos para uso de clientes
Elaboración y Cubicación Propia

4.3. Carta gantt de puesta en marcha

Carta Gantt de puesta en Marcha	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Constitución de Sociedad	■	■	■	■												
Diseño marketing + Web				■	■	■	■	■	■							
Contratación Internet y Telefonía										■						
Instalación Internet, Telefonía												■	■	■		
Arrendamiento del Recinto				■												
Selección de personal										■	■	■	■			
Contratación de personal														■		
Inducción de Personal															■	
Habilitación del Recinto						■	■	■	■	■	■	■				
Instalación de Mobiliario													■	■	■	
Instalación Gráfica															■	
Inicio de atención Publico																■

Grafico N° 18
Gantt de Puesta en marcha del negocio de oficinas
Elaboración Propia

4.4. Constitución de la empresa

A través de la ley chilena N° 20.659 promulgada el 31 de Enero de 2013, se ha puesto en marcha la simplificación del Regimen de Constitución , Modificación y Disolución de las Sociedades Comerciales, lo que en la practica permitirá en un tiempo muy acotado poder constituir una empresa, evitando las escrituras en Notarias, registro de comercio, publicaciones en el diario oficial y solicitud de Rut en el Servicio de Impuestos Internos SII.

Para prestar el servicios de arriendo de espacios de oficinas bajo el amparo legal, se deberá constituir la empresa registrandose al amparo de la ley antes mencionada.

El Negocio estará enfocado a brindar espacios y servicios para que las personas puedan individual o colectivamente desarrollar sus actividades laborales.



Imagen N° 50
Logo "Oficina Flexible"
Elaboración Propia

4.4.1 Razón social

El primer paso será definir la denominación por la cual se conocerá colectivamente la empresa, comúnmente definido como razón social, en este caso la empresa se presentará bajo el nombre "Oficina Flexible", cuyo eslogan será "Espacios a tu medida".

El primer paso para constituir la empresa bajo la cual se desarrollará el negocio "Oficina Flexible", será definir la constitución legal, los parámetros legales, la forma de administración y la manera en que tributará.

4.4.2. Características de las sociedades

Existen tres tipos de sociedades que son las más utilizadas en el país: la Sociedad Anónima, la Sociedad de Responsabilidad Limitada y la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

Estas tres tipologías se caracterizan por ser de responsabilidad limitada, que en la práctica significa que ante cualquier eventualidad deben responder con el patrimonio de la empresa sin poner en riesgo el patrimonio personal.

Las sociedades anónimas y las sociedades de Responsabilidad Limitada son alianzas entre dos o más personas que se reúnen para realizar un negocio, en cambio la Empresa Individual de Responsabilidad limitada está compuesta por una sola persona.

El caso de la empresa “Oficina Flexible”, considerando que estará compuesta por una sola persona, se conformará como una Empresa Individual de Responsabilidad limitada cuya sigla es “EIRL”.

El Servicio de Impuestos Internos (SII) define a las EIRLs como personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio y distinto al del titular, que realizan actividades de carácter netamente comercial (no de actividades de segunda categoría). Las EIRL están sometidas a las normas del Código de Comercio, cualquiera sea su objeto, pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las reservadas por la ley a las Sociedades Anónimas (S.A.).

Las particularidades o características propias de los contribuyentes EIRL son las siguientes:

- 1.- Para los fines de identificación, debe consignar, al menos, su nombre y apellido, pudiendo tener también un nombre de fantasía, sumado al de las actividades económicas o giro. Esta denominación deberá cerrarse con la frase “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”, o bien utilizar la abreviatura “EIRL”.
- 2.- Estas empresas deberán constituirse por escritura pública, cuyo extracto se inscribe en el Registro de Comercio y se publica en el Diario Oficial.
- 3.- La duración de la empresa puede ser determinada o indefinida.
- 4.- La generación de una EIRL permite dar vida a una persona jurídica, siempre de tipo comercial.
- 5.- El propietario de la empresa individual responde con su patrimonio y sólo con los aportes efectuados o que se haya comprometido a incorporar. Por su parte, la empresa responde por sus obligaciones generadas en el ejercicio de su actividad con todos sus bienes.
- 6.- Debe darse formalidad y publicidad especial a los contratos que celebre la empresa individual con su propietario, cuando éste actúa dentro de su patrimonio personal.
- 7.- La administración corresponde a su propietario; sin embargo, éste puede dar poderes generales o especiales a un gerente o mandatario(s).

8.- Para poner término a la empresa, destacan la voluntad del empresario, el término de su duración o muerte del titular.

9.- En caso de fallecimiento del empresario, sus herederos pueden continuar con la empresa.

10.- La empresa individual se puede transformar en sociedad y una sociedad limitada puede constituirse en una empresa individual. En este último caso, los derechos de la sociedad que desaparece deben reunirse en las manos de una sola persona natural.

11.- Todo el régimen jurídico aplicable a la empresa, incluso en materia tributaria, es el Estatuto Jurídico de las Sociedades de Responsabilidad Limitada.

PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA
En este caso la persona ejerce todos los derechos y obligaciones de la empresa a su nombre.	La empresa asume todos los derechos y obligaciones de la misma.
Es responsable personalmente de las deudas y obligaciones de la empresa.	Las deudas u obligaciones se limitan a los bienes de la empresa.
Funciona con el mismo RUT de la persona natural.	La empresa tiene su propio RUT.
Formada por una persona	Puede ser formada por una o más personas, tanto naturales como jurídicas.
No requieren demostrar un capital para emprender su actividad.	Requieren de un capital, en dinero o bienes, para su constitución.
Puede funcionar como Empresa Individual o Microempresa Familiar.	Puede funcionar como Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) entre otras.

Tabla N° 06
Tabla resumen diferencias entre Persona Natural y Jurídica
Elaboración: Servicio de Impuestos Internos
Fuente: www.sii.cl

4.4.3. Constitución de la sociedad

ESCRITURA PÚBLICA

El primer paso para constituir una sociedad consiste en legalizar ante notario un borrador de la escritura, que puede ser redactado por un abogado o solicitado en la misma notaría.

La Escritura Pública de la EIRL establecerá:

- Nombre, apellidos, nacionalidad, estado civil, edad y domicilio del constituyente.
- Nombre de la empresa que contendrá, al menos, el nombre y apellido del contribuyente, pudiendo tener también un nombre de fantasía, sumado al de las actividades económicas que constituirán el objeto o giro de la empresa y deberá concluir con las palabras “empresa individual de responsabilidad limitada” o E.I.R.L.
- El monto del capital que se transfiere a la empresa, la indicación de si se aporta en dinero o en especies y, en este último caso, el valor que les asigna.
- La actividad económica que constituirá el objeto o giro de la empresa y el ramo o rubro específico en que dentro de ella se desempeñará.
- El domicilio de la empresa.
- El plazo de duración, sin perjuicio de su prórroga. Si nada dice se entenderá que su duración es indefinida.

PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL

El Extracto de la Escritura Pública debe ser publicado en el Diario Oficial. El representante legal, el apoderado o los socios de la empresa tienen un plazo de 60 días desde la fecha de la Escritura Pública para publicar el extracto en el Diario Oficial. El costo es 1 UTM o cero para las empresas cuyo capital es inferior a UF 5.000.

INSCRIPCIÓN EN REGISTRO DE COMERCIO DEL CONSERVADOR DE BIENES RAÍCES

Para acreditar la existencia de la sociedad o de la E.I.R.L., El costo total de este trámite es de \$ 70.000 aproximadamente.

PROTOCOLIZACIÓN

Este proceso no es obligatorio pero sí muy útil. Consiste en llevar a la notaría todos los documentos hasta ahora obtenidos para que se genere un archivo que dé cuenta de los trámites efectuados y para mayor seguridad se guarda una copia en la misma notaría.

4.4.4. Inicio de actividades

Este primer paso denominado “Inicio de Actividades” se realiza en las unidades del Servicio de Impuesto Internos correspondiente al domicilio del contribuyente o bien a través de la página www.sii.cl.

La declaración de iniciación de actividades es una declaración jurada formalizada ante el Servicio de Impuestos Internos sobre el comienzo de cualquier tipo de negocios o labores susceptibles de producir rentas gravadas en la primera o segunda categoría de la Ley de la Renta, en este caso de primera categoría.

La solicitud inscripción en el Rol Único Tributario es un trámite que se realiza en cumplimiento a lo señalado en el artículo 66 del Código Tributario y se solicita simultáneamente con el aviso de Inicio de Actividades.

Una vez completados los pasos de registro y verificación, se dispondrá del Rol Único Tributario “Rut” y se podrá solicitar la emisión electrónica de documentos tributarios o solicitar timbrar documentos.

El jueves 2 de mayo de 2013, el Presidente de la República, Sebastián Piñera, junto al ministro de Economía, Fomento y Turismo (S), Tomas Flores, lanzaron la plataforma www.tuempresaenundia.cl, que permite iniciar una empresa en un día, con un trámite y a costo cero.

Esta plataforma se puso en marcha de forma paulatina, programando que a partir de Octubre de 2013 se pudieran constituir empresas individuales de responsabilidad limitadas "EIRL".

OTROS ORGANISMOS A LOS QUE SE DEBE CONSIDERAR

Municipalidad : Para obtener la patente comercial que permitirá operar el negocio.

DECLARACIONES DE IMPUESTOS

Se deberá tener presente las siguientes declaraciones de impuestos, que se deberán presentar en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias:

Impuestos mensuales:

- Declarar IVA, PPM, y retenciones a través del Formulario 29

El Formulario 29 corresponde a las declaraciones de carácter mensual de impuestos que, legalmente, deben ser retenidos y enterados en arcas fiscales, por ejemplo, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y los Pagos Provisionales Mensuales (PPM), entre otros.

Existen cuatro alternativas de declaración: Formulario en pantalla, Software, Sin Movimiento o Formulario Propuesto para 14 TER.

Este trámite se puede realizar directamente en las oficinas SII o bien a través de su página web según el calendario de declaraciones Formulario 29 (IVA, PPM, Retenciones).

Para cumplir con la normativa del Artículo 1° del Decreto Ley N° 824, de 1974 que establece el texto de la Ley sobre Impuesto a la Renta, relacionada con la declaración de rentas anuales, que debe ser presentada por empresas y personas para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Dependiendo de la diferencia entre las provisiones pagadas durante el año y el monto a pagar en impuestos por dichas rentas, el contribuyente pagará al Fisco u obtendrá una devolución por la diferencia.

En el siguiente diagrama resumen, podrá ver los principales trámites asociados a la formación de una empresa, así como sus costos, los plazos legales y el lugar donde debe realizarlo.

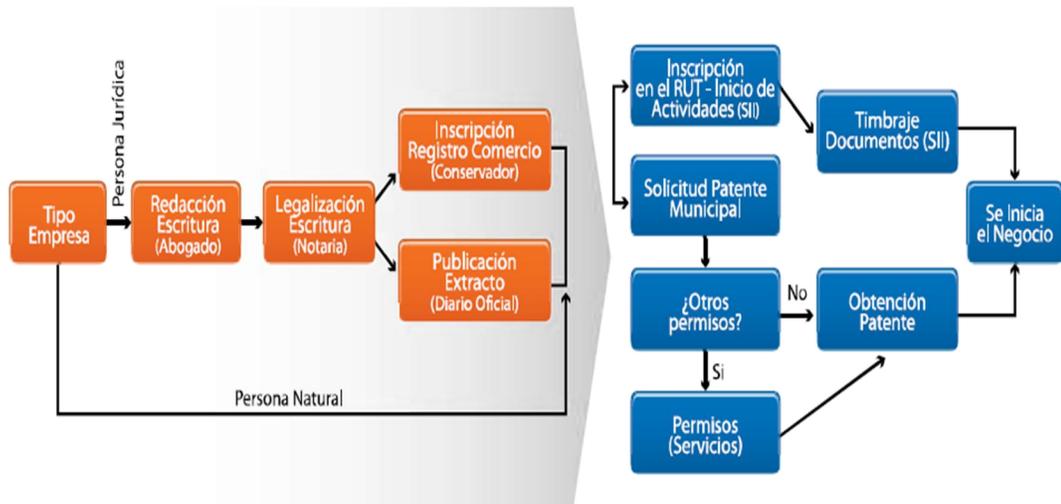


Imagen N° 51
 Cuadro resumen del proceso para constituir una empresa
 Elaboración: Servicio de Impuestos Internos
 Fuente: www.sii.cl

CAPITULO 5 – EVALUACIÓN FINANCIERA

“De acuerdo a la segunda encuesta Mundial de Deskmag, el 72% de los espacios de arriendo temporal alcanzan la rentabilidad después de dos años en funcionamiento”.

Revista Online Deskmag

5.1. Alcances de la evaluación

La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

El estudio consiste en la investigación profunda de las variables económicas que componen el negocio del arriendo de espacios de trabajo temporal, con el objeto de determinar el eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

Esta evaluación está destinada a observar los factores involucrados en la concreción del negocio. Sin ella, la empresa no tendría la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos del emprendimiento.

La evaluación podría desglosarse en 3 etapas de desarrollo:

- Etapa de análisis de los factores que inciden en la rentabilidad del negocio, tales como: costos de inversión inicial y los costos de operación ya sean fijos y/o variables.
- Etapa de externalidades directas, que incorporar las variables de financiamiento y estimación de ingresos.
- Etapa de consolidación de la información, desarrollando el flujo de caja, definiendo el punto de equilibrio y desarrollando distintos escenarios que podría afectar al negocio durante su operación.

En consecuencia, el proceso de evaluación financiera consiste en determinar cuál es el punto inflexión que define si el negocio será o no rentable, y los alcances mínimos para obtener los resultados que se esperan, esto significa finalmente que la evaluación se orienta a determinar la rentabilidad de la inversión.

5.2. Activos fijos

En términos normales, el activo fijo es aquel elemento que no está destinado para ser vendido, sino para ser utilizado en el funcionamiento de una empresa.

Se definirán como activos fijos todos aquellos elementos materiales de una empresa que son necesarios para llevar a cabo el negocio, estos se caracterizan por ser poco líquidos, es decir, no se pueden vender fácilmente. Por otro lado, deben ser perdurables en el tiempo, al menos su duración debe ser de un año.

Para la evaluación económica los activos fijos se han subdividido en:

- Activos Fijos de Habilitación
- Activos Fijos de Área Administración
- Activos Fijos de Operación

5.2.1. Activos fijos de habilitación

Estos se componen por todos los materiales y costos de habilitación del local donde se desarrollará el negocio. El local se encuentra en obra gruesa habitable, por lo tanto deben considerarse todos los ítems de divisiones interiores, terminaciones e instalaciones.

TABLA ACTIVOS FIJOS – HABILITACIÓN

		TOTAL
PARTIDAS		
Pavimentos	\$	2.995.298
Muros	\$	4.346.000
Cielos	\$	1.656.000
Artefactos	\$	611.890
Inst Eléctrica	\$	811.660
Inst CCDD	\$	2.000.000
Inst Sanitaria	\$	1.000.000
Seguridad	\$	1.300.000
Calefacción	\$	979.800
Terminaciones	\$	1.083.320
Accesorios	\$	890.830
Mano de Obra	\$	5.302.439
TOTAL	\$	22.977.237

Tabla N° 07
Listado de activos fijos para la habilitación
Elaboración y Cubicación propia

5.2.2. Activos fijos del área de administración

Estos activos los componen todos los equipos y mobiliarios necesarios para la actividad de administrar el negocio.

TABLA ACTIVOS FIJOS – ADMINISTRACIÓN Y VENTA

	Total	Año 1	Año 2
MOBILIARIO			
Área Recepción	\$ 570.000	\$ 570.000	\$ -
Oficina Administración	\$ 265.000	\$ 265.000	\$ -
Área Cafetería	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ -
Área Bodega y Aseo	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ -
TOTAL	\$ 1.575.000	\$ 1.575.000	\$ -
EQUIPAMIENTO			
Área Recepción	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ -
Oficina Administración	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ -
Área Común	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ -
Área Cafetería	\$ 218.680	\$ 218.680	\$ -
Área Bodega y Aseo	\$ 326.290	\$ 326.290	\$ -
TOTAL	\$ 1.974.970	\$ 1.974.970	\$ -

Tabla N° 08
Cuadro de Activos Fijos – Administración y Ventas
Elaboración propia

5.2.3. Activos fijos de operación

Estos activos están constituidos por los elementos materiales destinados para el uso de los clientes. La cantidad, el uso y la depreciación irán en directa relación con la venta e ingresos del negocio.

TABLA ACTIVOS FIJOS – OPERACIÓN

	Total	Año 1	Año 2
MOBILIARIO			
Sala de Reunión	\$ 1.040.000	\$ 1.040.000	\$ -
Oficinas Cerradas	\$ 1.560.000	\$ 1.560.000	\$ -
Escritorios Abiertos	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Cabinas Telefónicas	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ -
Área Común y otros	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ -
TOTAL	\$ 4.840.000	\$ 3.840.000	\$ 1.000.000
EQUIPAMIENTO			
Sala de Reunión	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ -
Oficinas Cerradas	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ -
Escritorios Abiertos	\$ 1.680.000	\$ 240.000	\$ 1.440.000
Cabinas Telefónicas	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ -
Área Común y otros	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ -
TOTAL	\$ 3.940.000	\$ 2.500.000	\$ 1.440.000

Tabla N° 09
Cuadro de Activos Fijos – Actividades de Operación
Elaboración propia

Si bien se ha subdividido la clasificación de los activos fijos en las sub-etapas antes mencionadas, estos finalmente se han conjugado como solo un ítem.

RESUMEN ACTIVO FIJOS

	Total	Año 1	Año 2
ÁREA ADMINISTRATIVA			
HABILITACIÓN	\$ 22.977.237	\$ 22.977.237	\$ -
MOBILIARIO	\$ 1.575.000	\$ 1.575.000	\$ -
EQUIPAMIENTO	\$ 1.974.970	\$ 1.974.970	\$ -
ÁREA OPERATIVA			
MOBILIARIO	\$ 4.840.000	\$ 3.840.000	\$ 1.000.000
EQUIPAMIENTO	\$ 3.940.000	\$ 2.500.000	\$ 1.440.000
TOTAL	\$ 35.307.207	\$ 32.867.207	\$ 2.440.000

Tabla N° 10
Cuadro resumen de activos fijos
Elaboración propia

En resumen, la inversión inicial en activos fijos para montar el negocio será de \$32.867.207, y al final del primer año se estima invertir en activos fijos adicionales un monto de \$2.440.000, haciendo un total de Activos fijos la suma de \$35.307.207.

5.3. Activos intangibles

Se clasificarán como activos intangibles todos aquellos costos en elementos inmateriales que se deban considerar en el negocio, tales como, derechos, impuestos, compra de software, etc.

ACTIVOS INTANGIBLES	Cant	Precio Unit	Total
Constitución de Sociedad	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Tramitación Patente Comercial	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Registro de Marca	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Marketing y Publicidad	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Nombre Web + Web	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Compra de Software de Administración	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
		TOTAL	\$ 6.060.000

Tabla N° 11
Cuadro de Activos intangibles
Elaboración propia

5.4. Depreciación de activos

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable.

Para hacer una evaluación económica detallada, es fundamental considerar la devaluación de los activos, la cual se produce principalmente por desgaste. Por otro lado, el sistema contable del negocio debe reconocer esta depreciación como un gasto y se utiliza como procedimiento para reducir el valor de dichas inversiones haciendo cargos que afectan al estado de resultados a través del tiempo.

En diciembre del año 2002 el Servicio de Impuestos Internos presentó la Resolución Exenta N°43, presentó la nueva tabla de vida útil de los activos fijos, donde se indicaba la vida útil normal de los activos, donde además se incluyó la denominada “Depreciación acelerada”.

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS							
	%	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Habilitación	5%	\$ 22.977.237	-\$ 1.148.862	-\$ 1.148.862	-\$ 1.148.862	-\$ 1.148.862	-\$ 1.148.862
Mobiliario 1	10%	\$ 5.415.000	-\$ 541.500	-\$ 541.500	-\$ 541.500	-\$ 541.500	-\$ 541.500
Mobiliario 2	10%	\$ 1.000.000		-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000
Equipos 1	25%	\$ 4.474.970	-\$ 1.118.743	-\$ 1.118.743	-\$ 1.118.743	-\$ 1.118.743	-\$ 1.118.743
Equipos 2	25%	\$ 1.440.000		-\$ 360.000	-\$ 360.000	-\$ 360.000	-\$ 360.000
Act Intangib	3%	\$ 6.060.000	-\$ 181.800	\$ 181.800	\$ 181.800	\$ 181.800	\$ 181.800
TOTAL		\$ 41.367.207	-\$ 2.990.904	-\$ 3.087.304	-\$ 3.087.304	-\$ 3.087.304	-\$ 3.087.304

Tabla N° 12
Tabla de depreciación de activos
Elaboración propia

5.5. Presupuesto de operación

El presupuesto de operación es fundamentalmente la determinación de los gastos que tendrá que asumir el negocio para poder operar. El desarrollo de este presupuesto debe elaborarse de la manera mas detallada y organizada posible.

Este presupuesto de operación es una proyección de las expectativas de gastos, por lo tanto debe considerarse como un instrumento de planificación en cual se incluyan los **Gastos Fijos** necesarios para que la empresa pueda funcionar continuamente y los **Costos Variables** los que dependeran de los arriendo de espacios de trabajo.

Por otro lado, tener desglosados los costos fijos y variables permitirá analizarlos en profundidas, detectar errores, determinar oportunidades de disminución de costos e identificar los items donde se deba incrementar el gasto para mejorar el negocio.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Fijos Generales	\$ 25.020.000	\$ 26.403.060	\$ 27.571.320	\$ 28.382.100	\$ 28.942.800
Costos Fijo Administración	\$ 1.462.920	\$ 1.462.920	\$ 1.462.920	\$ 1.462.920	\$ 1.462.920
Costos Variables según Ventas	\$ 10.281.480	\$ 19.720.800	\$ 20.988.000	\$ 22.255.200	\$ 23.047.200
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 26.482.920	\$ 27.865.980	\$ 29.034.240	\$ 29.845.020	\$ 30.405.720
TOTAL GASTOS VARIABLES	\$ 10.281.480	\$ 19.720.800	\$ 20.988.000	\$ 22.255.200	\$ 23.047.200
TOTAL ANUAL	\$ 36.764.400	\$ 47.586.780	\$ 50.022.240	\$ 52.100.220	\$ 53.452.920
CAPITAL DE TRABAJO DIARIO	\$ 102.123	\$ 132.186	\$ 138.951	\$ 144.723	\$ 148.480

Tabla N° 13
Cuadro Presupuesto de Operación del Negocio
Elaboración propia

Para el caso del arriendo de espacios de oficinas, el presupuesto de operación se ha subdividido en: Costos fijos Generales, Costos Fijos de administración y Costos

variables según la venta, logrando determinar los costos anuales y el capital diario necesario para cubrir los costos.

El aumento progresivo de los gastos fijos generales esta relacionado con la variación teorica del IPC calculado en un 2,10% de acuerdo al promedio de los ultimos 5 años.

5.6 Proyección de ingresos por arriendo

El presupuesto de ingresos es la estimación monetaria de las entradas que tendrá el negocio en el periodo de análisis de 5 años. Si bien el negocio considera atender 10 horas diarias de (9:00am a 7:00pm), las horas efectivas de uso de arriendo se considera en el 75% del tiempo, restando los tiempos de limpieza y preparacion del espacio y los tiempos de ingreso y salida de los clientes.

Como parte de la estrategia de desarrollo del negocio, es que se ha optado por entrar al mercado con el 100% de las oficinas habilitadas (6 unid) y con el 50% de los escritorios (8 Unid) y al final del primer año habilitar los 8 escritorios restantes, el motivo es que en el mercado local es mas comun que las personas busquen oficinas en vez de escritorios y si bien la idea de este negocio es proponer una nueva opcion de espacios de trabajo, debemos generar ingresos rapidamente.

INGRESOS					
Hrs atención día	10				
% Hrs de Arriendo	75%				
Oficina (Valor Hora)	\$ 8.000				
Escritorio (Valor Hora)	\$ 2.500				
% Vacancia	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oficina	35%	48%	54%	61%	65%
Escritorio	45%	68%	68%	68%	68%
Habilitación N°2	\$ 46.734.000	\$ 65.340.000	\$ 71.100.000	\$ 76.860.000	\$ 80.460.000
Oficina		35%	48%	54%	61%
Escritorio		45%	68%	68%	68%
Habilitación N°2		\$ 24.300.000	\$ 24.300.000	\$ 24.300.000	\$ 24.300.000
TOTAL INGRESOS	\$ 46.734.000	\$ 89.640.000	\$ 95.400.000	\$ 101.160.000	\$ 104.760.000

De acuerdo a la proyección de ingresos, durante los 2 primeros años se puede observar un incremento importante de ingresos, los que tienden a estabilizarse hacia los años n° 4 y 5.

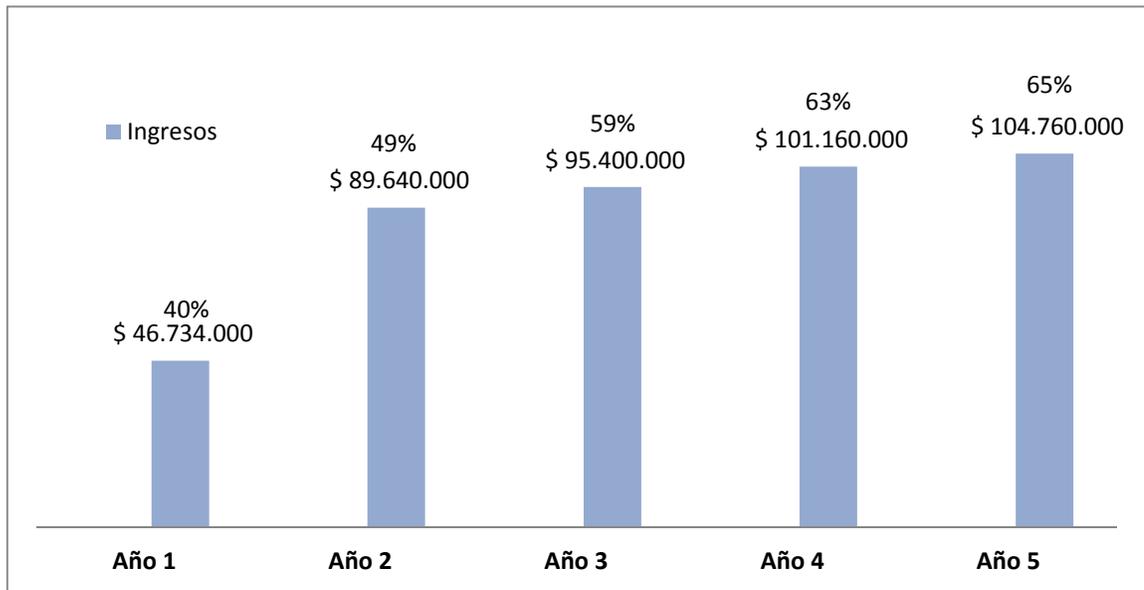


Gráfico N° 18
Cuadro de Activos Fijos – Administración y Ventas
Elaboración propia

5.7. Estado de resultados del negocio

El Estado de Resultado es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Desde el punto de vista financiero, reviste una importancia fundamental el determinar la correspondencia de ingresos, costos y gastos en diferentes períodos. El Estado de Resultados esta compuesto por las cuentas de ingresos, gastos y costos.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 46.734.000	\$ 89.640.000	\$ 95.400.000	\$ 101.160.000	\$ 104.760.000
Costo Directo de la Venta	-\$ 10.281.480	-\$ 19.720.800	-\$ 20.988.000	-\$ 22.255.200	-\$ 23.047.200
Utilidad	\$ 36.452.520	\$ 69.919.200	\$ 74.412.000	\$ 78.904.800	\$ 81.712.800
Gastos Fijos Generales	-\$ 25.020.000	-\$ 26.403.060	-\$ 27.571.320	-\$ 28.382.100	-\$ 28.942.800
Gastos de Administración	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920
Depreciación de Activos	-\$ 2.990.904	-\$ 3.087.304	-\$ 3.087.304	-\$ 3.087.304	-\$ 3.087.304
Utilidad Neta	\$ 6.978.696	\$ 38.965.916	\$ 42.290.456	\$ 45.972.476	\$ 48.219.776
Impuesto a la renta 20%	-\$ 1.395.739	-\$ 7.793.183	-\$ 8.458.091	-\$ 9.194.495	-\$ 9.643.955
Utilidad Neta del Periodo	\$ 5.582.957	\$ 31.172.733	\$ 33.832.365	\$ 36.777.981	\$ 38.575.821

Tabla N° 14
Cuadro de Activos Fijos – Administración y Ventas
Elaboración propia

De la tabla de estado de resultados se puede observar que el primer año se ve fuertemente afectado por la baja tasa de ocupación, por lo tanto gran parte de las ventas se destinan a cubrir los gastos fijos, resultados que mejoran a partir del segundo periodo,

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 46.734.000	\$ 89.640.000	\$ 95.400.000	\$ 101.160.000	\$ 104.760.000
Utilidad Neta	\$ 5.582.957	\$ 31.172.733	\$ 33.832.365	\$ 36.777.981	\$ 38.575.821
Relación porcentual	11,95%	34,78%	35,46%	36,36%	36,82%

Tabla N° 15
Cuadro de relación porcentual entre las Ventas y la Utilidad Neta
Elaboración propia

Al observar el cuadro de análisis de relación porcentual es posible concluir que a partir del segundo periodo se comienza a establecer una tendencia hacia el 36% de utilidad neta por sobre las ventas.

5.8. Análisis del flujo de caja

El flujo de caja es el informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado. A diferencia del Estado de Resultados, el flujo de caja muestra los que realmente ingresa o sale de la empresa, permitiendo observar y analizar de forma global los movimientos financieros, permitiendonos:

- Anticiparnos a un futuro déficit (o falta) de efectivo, y así, por ejemplo, poder tomar la decisión de buscar financiamiento oportunamente.
- Prever un excedente de efectivo, y así, por ejemplo, poder tomar la decisión de invertirlo en la adquisición de nuevo mobiliario, equipos, etc.
- Establecer una base sólida para sustentar el requerimiento de un nuevo crédito, por ejemplo, al presentar el flujo de caja proyectado dentro de un plan de negocios.

FLUJO DE CAJA (SIN FINANCIAMIENTO)

El análisis de flujo de caja del negocio sin financiamiento grafica que en la etapa inicial se deberá asumir un aporte de capital de \$45.000.000, y que al igual como se ha concluido en el estado de resultados, al final del segundo periodo comienza a haber una tendencia estabilizada en el flujo de efectivo de cada periodo.

FLUJO DE CAJA (SIN FINANCIAMIENTO)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas		\$ 46.734.000	\$ 89.640.000	\$ 95.400.000	\$ 101.160.000	\$ 104.760.000
Costo Variable de la Venta		-\$ 10.281.480	-\$ 19.720.800	-\$ 20.988.000	-\$ 22.255.200	-\$ 23.047.200
Utilidad Bruta		\$ 36.452.520	\$ 69.919.200	\$ 74.412.000	\$ 78.904.800	\$ 81.712.800
Gastos Fijos Generales		-\$ 25.020.000	-\$ 26.403.060	-\$ 27.571.320	-\$ 28.382.100	-\$ 28.942.800
Gastos de Administración		-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920
Depreciación Activos		-\$ 3.268.904	-\$ 3.365.304	-\$ 3.365.304	-\$ 3.365.304	-\$ 3.365.304
Utilidad Neta		\$ 6.422.696	\$ 38.409.916	\$ 41.734.456	\$ 45.416.476	\$ 47.663.776
Impuesto a la renta 20%		-\$ 1.284.539	-\$ 7.681.983	-\$ 8.346.891	-\$ 9.083.295	-\$ 9.532.755
Utilidad		\$ 5.138.157	\$ 30.727.933	\$ 33.387.565	\$ 36.333.181	\$ 38.131.021
Inversión Activos Fijos	-\$ 32.867.207	-\$ 2.440.000				
Inversión Activos Intang	-\$ 6.060.000					
Aporte Capital	\$ 45.000.000					
FLUJO EFECTIVO	\$ 6.072.793	\$ 2.698.157	\$ 30.727.933	\$ 33.387.565	\$ 36.333.181	\$ 38.131.021
FLUJO ACUMULADO		\$ 8.770.949	\$ 39.498.882	\$ 72.886.446	\$ 109.219.627	\$ 147.350.647

Tabla N° 16
Cuadro de Flujo de Caja (Sin Financiamiento)
Elaboración propia

FLUJO DE CAJA (CON FINANCIAMIENTO)

Se ha considerado evaluar el negocio con un apalancamiento bancario de \$ 20.000.000 correspondiente al 44% del capital inicial requerido. La tasa de interes será del 10,56% elegida de acuerdo a la tabla publicada por la Superintendencia de Bancos e Instituciones financieras SBIF publicada en el mes de Diciembre de 2013.

Evaluación Crédito Bancario						
Monto del Crédito	\$ 20.000.000					
Periodos de Pago	36					
Tasa Interés Anual	10,56%					
Tasa Interés Mensual	0,84%					
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
		Interés	\$ 1.743.543	\$ 1.108.919	\$ 407.278	\$ 3.259.740
Valor Cuota	\$ 646.104	Amorti	\$ 6.009.703	\$ 6.644.328	\$ 7.345.969	\$ 20.000.000
Total del Crédito	\$ 23.259.740	Total Cuota	\$ 7.753.247	\$ 7.753.247	\$ 7.753.247	\$ 23.259.740

Tabla N° 17
Cuadro de Evaluación de Crédito Bancario
Elaboración propia

FLUJO DE CAJA (CON FINANCIAMIENTO)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas		\$ 46.734.000	\$ 89.640.000	\$ 95.400.000	\$ 101.160.000	\$ 104.760.000
Costo Variable Venta		-\$ 10.281.480	-\$ 19.720.800	-\$ 20.988.000	-\$ 22.255.200	-\$ 23.047.200
Utilidad Bruta		\$ 36.452.520	\$ 69.919.200	\$ 74.412.000	\$ 78.904.800	\$ 81.712.800
Gastos Fijos Generales		-\$ 25.020.000	-\$ 26.403.060	-\$ 27.571.320	-\$ 28.382.100	-\$ 28.942.800
Gastos de Administración		-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920	-\$ 1.462.920
Depreciación Activos		-\$ 3.268.904	-\$ 3.365.304	-\$ 3.365.304	-\$ 3.365.304	-\$ 3.365.304
Intereses Préstamo Banco		-\$ 1.743.543	-\$ 1.108.919	-\$ 407.278		
Utilidad Neta		\$ 4.957.152	\$ 37.578.997	\$ 41.605.178	\$ 45.694.476	\$ 47.941.776
Impuesto a la renta 20%		-\$ 1.284.539	-\$ 7.681.983	-\$ 8.346.891	-\$ 9.083.295	-\$ 9.532.755
Utilidad		\$ 3.672.613	\$ 29.897.014	\$ 33.258.287	\$ 36.611.181	\$ 38.409.021
Inversión Activos Fijos	-\$ 32.867.207	-\$ 2.440.000				
Inversión Activos Intang	-\$ 6.060.000					
Aporte Capital Préstamo Banco	\$ 25.000.000					
Amortización Crédito		-\$ 6.009.703	-\$ 6.644.328	-\$ 7.345.969		
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 6.072.793	-\$ 4.777.090	\$ 23.252.686	\$ 25.912.318	\$ 36.611.181	\$ 38.409.021
FLUJO ACUMULADO		\$ 1.295.702	\$ 24.548.388	\$ 50.460.706	\$ 87.071.887	\$ 125.480.907

Tabla N° 18
Cuadro de Flujo de Caja (Con Financiamiento)
Elaboración propia

Al considerar un apalancamiento bancario, los resultados del primer periodo son absolutamente negativos y toda la utilidad se orienta a amortizar el credito, el flujo acumulado permite solventar y darle fluides al negocio y ya al concluir el segundo periodo los resultados son positivos.

5.9. Periodo de retorno de la inversión

El calculo del periodo de retorno de la inversion (PRI) permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial de capital. La orientación del negocio siempre será poder recuperar sus costos rapidamente y luego empezar a recibir las ganancias o utilidades.

Se ha analizado el periodo de retorno tanto para el flujo sin financiamiento, como para el flujo con financiamiento bancario.

TABLA DE PERIODO DE RETORNO DE LA INVERSION (SIN FINANCIAMIENTO)

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aporte Capital Propio	\$ 45.000.000					
Flujo de Efectivo	\$ 6.072.793	\$ 2.698.157	\$ 30.727.933	\$ 33.387.565	\$ 36.333.181	\$ 38.131.021
Flujo Acumulado		\$ 8.770.949	\$ 39.498.882	\$ 72.886.446	\$ 109.219.627	\$ 147.350.647
Periodo de Retorno		2,16				

TABLA DE PERIODO DE RETORNO DE LA INVERSION (CON FINANCIAMIENTO)

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aporte Capital Propio	\$ 25.000.000					
Flujo de Efectivo	\$ 6.072.793	-\$ 4.777.090	\$ 23.252.686	\$ 25.912.318	\$ 36.611.181	\$ 38.409.021
Flujo Acumulado		\$ 1.295.702	\$ 24.548.388	\$ 50.460.706	\$ 87.071.887	\$ 125.480.907
Periodo de Retorno		2,02				

Tabla N° 19
Cuadro de Evaluación del Periodo de retorno de la Inversión (Con y Sin financiamiento)
Elaboración propia

Se puede concluir entonces, que la diferencia entre ambos escenarios es de 0,14 periodos de tiempo, equivalentes a solo 51 dias. Por lo tanto, al no existir una gran diferencia de tiempo para recuperar la inversion inicial ya sea fin financiamiento o con financiamiento, y aun mas importante al no existir una gran brecha de tiempo para comenzar a recibir las utilidades, es recomendable desarrollar el negocio con el credito bancario.

5.10. El punto de equilibrio del negocio

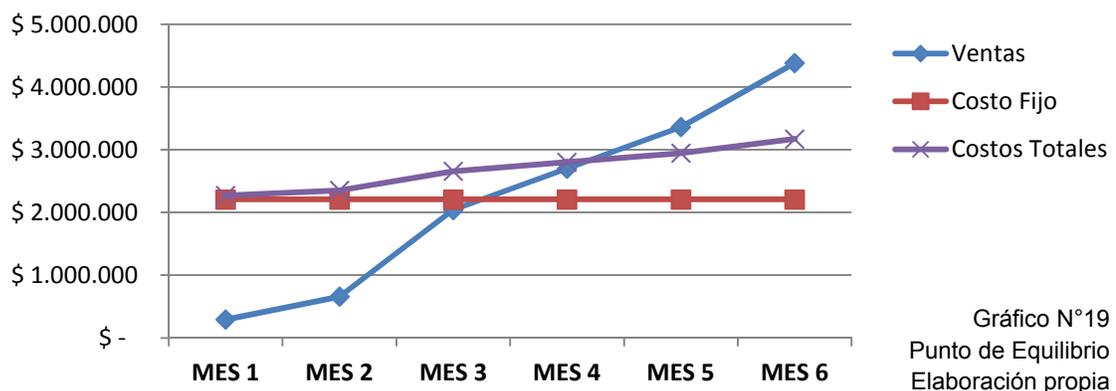
El punto de equilibrio se puede definir como aquel nivel de actividad en que la empresa ni gana ni pierde dinero, por lo tanto su beneficio es cero. La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales del negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costos fijos y los costos variables. Este punto de equilibrio, es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia del negocio y su nivel de rentabilidad.

La formula para calcular el punto de equilibrio contempla las ventas, costos fijos y los costos variables:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos fijos} / ((\text{venta} - \text{costo variable}) / \text{Ventas})$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$ 2.829.372$$

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Ventas	\$ 294.000	\$ 660.000	\$ 2.040.000	\$ 2.700.000	\$ 3.360.000	\$ 4.380.000
Costo Fijo	\$ 2.206.910	\$ 2.206.910	\$ 2.206.910	\$ 2.206.910	\$ 2.206.910	\$ 2.206.910
Costo Variable	\$ 64.680	\$ 145.200	\$ 448.800	\$ 594.000	\$ 739.200	\$ 963.600
Costos Totales	\$ 2.271.590	\$ 2.352.110	\$ 2.655.710	\$ 2.800.910	\$ 2.946.110	\$ 3.170.510



De acuerdo a lo que se muestra tanto en el resultado de la formula como en el anterior gráfico, se concluye que el volumen de Venta exacto para lograr el Punto de Equilibrio del negocio es de \$ 2.829.372 mensuales.

5.11. Análisis de escenarios

Uno de los factores que más afecta la toma de decisiones, la definición de estrategias y los planes de acción en cualquier negocio, es la incertidumbre. Para tratar de disminuir el riesgo, es que se plantean los diferentes escenarios, tomando en cuenta los factores del entorno más sobresalientes que pueden interactuar e influir sobre la empresa.

El primer escenario, plantea la variación de la demanda de arriendo de espacios de trabajos, evaluando si la demanda aumenta o disminuye en un 15%.

Variación en la demanda de arriendo de espacios de oficina

	Situación Actual	Demanda aumenta un 15%	Demanda disminuye un 15%
Ventas	\$ 437.694.000	\$ 503.348.100	\$ 328.270.500
Utilidad Bruta	\$ 341.401.320	\$ 392.611.518	\$ 256.050.990
Utilidad Neta	\$ 207.495.086	\$ 258.705.284	\$ 122.144.756
Utilidad Final	\$ 145.933.911	\$ 186.902.070	\$ 77.653.647
Periodo Retorno SF	1,88	1,63	2,69
Periodo Retorno CF	1,69	1,40	3,03

Tabla N° 20
Análisis de escenarios de variación
Elaboración propia

En el caso de aumentar la demanda en un 15%, del análisis se puede concluir que:

- La utilidad al final del periodo aumenta en \$ 40.968.158, correspondiente a un 28% adicional.
- El periodo de retorno sin financiamiento disminuye en 0,25 periodos, equivalente a 91 días menos.
- El periodo de retorno con financiamiento disminuye en 0,29 periodos, equivalente a 105 días menos.

En el caso de disminuir la demanda en un 15%, del análisis se puede concluir que:

- La utilidad al final del periodo disminuye en \$ 68.280.264, correspondiente a un 47% de pérdida.
- El periodo de retorno sin financiamiento aumenta en 0,81 periodos, equivalente a 295 días adicionales.
- El periodo de retorno con financiamiento aumenta en 1,34 periodos, equivalentes a 485 días adicionales.

El segundo escenario, plantea la variación de la tasa de interés del crédito bancario de apalancamiento del negocio, evaluando si la Tasa aumenta o disminuye en un 5%.

Variación en la Tasa de interés del Crédito Bancario

	Situación Actual	Tasa aumenta un 5%	Tasa disminuye un 5%
Ventas	\$ 437.694.000	\$ 437.694.000	\$ 437.694.000
Utilidad Bruta	\$ 341.401.320	\$ 341.401.320	\$ 341.401.320
Utilidad Neta	\$ 207.495.086	\$ 205.770.692	\$ 209.226.643
Utilidad Final	\$ 145.933.911	\$ 144.209.518	\$ 147.665.468
Periodo Retorno SF	1,88	1,88	1,88
Periodo Retorno CF	1,69	1,72	1.65

Tabla N° 21
Análisis de escenarios de variación
Elaboración propia

En el caso de aumentar la Tasa de Interés en un 5%, del análisis se puede concluir que:

- La utilidad al final del periodo disminuye en \$ 1.724.394, correspondiente a 1,2% de pérdida.
- El periodo de retorno con financiamiento aumenta en 0,03 periodos, equivalentes a 10 días adicionales.

En el caso de disminuir la Tasa de Interés en un 5%, del análisis se puede concluir que:

- La utilidad al final del periodo aumenta en \$ 1.731.557, correspondiente a un 1,2% adicional.
- El periodo de retorno con financiamiento disminuye en 0,04 periodos, equivalentes a 14 días menos.

Finalmente, del análisis de ambos escenarios se puede concluir que la variación de la Tasa de interés ya sea positiva o negativa no es incidente en la evaluación del negocio, en cambio la variación porcentual de la demanda afecta fuertemente la utilidad final y el tiempo necesario para recuperar el aporte inicial de capital.

CAPITULO 6 – REPLICABILIDAD DEL MODELO

“Si bien muchos aspectos del negocio varían de un espacio a otro (como el ambiente o los precios) el desarrollo de cualquier espacio de trabajo sigue un patrón parecido.”

Evona W. Niewiadomska

Desmag.com

6.1. Aspectos relevantes para la replicabilidad

Uno de los grandes retos empresariales es el ser capaz de replicar las historias de éxito. Es difícil definir exactamente que es lo que hace que una historia de éxito se repite, sin embargo, si es posible aislar ciertos factores y buscarlos.

IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES

El principal factor a buscar es el geográfico-etéreo, es importante que la ciudad donde se decida desarrollar el negocio cuente con un número importante de jóvenes profesionales que se estén iniciando en el mundo laboral y que estén comenzando sus propios emprendimientos. Esta característica se da principalmente en las ciudades denominadas “universitarias”.

Es sabido que en nuestro país existen tres núcleos urbanos que aglutinan la mayor parte de la oferta universitaria del país, el **Gran Santiago, Valparaíso-Viña del Mar y Concepción-Talcahuano**. De hecho, en el caso de la capital de la Región del Biobío, el carácter de centro universitario es parte de su identidad, según el último estudio ‘Barómetro Marca Ciudad’.

Un ejemplo claro de esta concentración es que de las 76.168 vacantes que ofrecerán las 25 universidades del Consejo de Rectores (CRUCH) y las 8 privadas adscritas al sistema de admisión por Prueba de Selección Universitaria (PSU) para el 2012, el **74,7%** son para casas de estudio ubicadas en las regiones Metropolitana, de Valparaíso y del Biobío. El otro **26,3%** se reparte en las 12 regiones restantes.

ASPECTOS DE LOCALIZACIÓN

Es fundamental que la ubicación del negocio cumpla con las expectativas de los futuros clientes, por lo tanto la elección del emplazamiento del negocio es una decisión importantísima y que puede condicionar el éxito del negocio.

Como se expuso en el capítulo 3, la ubicación del negocio y tiempo de transporte necesario para acceder a este, preferencialmente no debería exceder los 30 minutos, debiese contar con accesibilidad al transporte público y preferentemente este emplazado en un lugar céntrico para poder acceder con facilidad a otros servicios como Bancos, comercio, etc.

ENVERGADURA DEL ESPACIO

Es importante que las dimensiones del local puedan albergar los espacios necesarios para hacer rentable el negocio. De acuerdo al análisis económico se pudo determinar los costos fijos haciende a \$1.300.000 + arriendo y que el punto de equilibrio bordea los \$2.800.000 mensuales.

Considerando una tasa de ocupación promedio del 60%, los espacios mínimos para alcanzar el punto de equilibrio sería de 4 oficinas o 13 escritorios abiertos, o la combinación de estos para lograr los ingresos mínimos de \$2.800.000, considerando que por cada oficina ingresan \$720.000 y cada por cada escritorio \$225.000. Todos los ingresos por los espacios adicionales serán parte de las utilidades, descontando los costos variables que estos espacios generan.

FLEXIBILIDAD DEL SERVICIO

Es fundamental disponer de una amplia gama de servicios a ofrecer a los clientes, estos deben ser capaces de adaptarse a las variadas necesidades de espacios, tiempo y costo que tiene cada interesado.

De igual forma, se deberán ofrecer servicios complementarios como: llamados telefónicos, servicio de mensajería, sala de reuniones y servicios de asesoría integral para constituir y mantener cada micro empresa que desarrolle cada cliente.

6.2. Recomendaciones para impulsar el negocio

Una vez que se ha decidido replicar el negocio en una nueva localidad, los grandes retos a los que se enfrentan son: correr la voz, atraer a los clientes y cómo hacer crecer la cartera de clientes y los ingresos.

Existen varias estrategias para promocionar el negocio, ofrecer los servicios y cautivar a los potenciales clientes:

Realización de Eventos

Organizar eventos es de lejos una de las mejores formas de atraer nuevos miembros – los eventos pueden atraer a cientos de miembros potenciales. Los asistentes al evento tendrán la oportunidad de ver el espacio, interactuar con la comunidad y conocer al equipo, y tal vez incluso algunos de sus miembros actuales.

Establecer alianzas con Organizaciones

La creación de relaciones estratégicas con diversas organizaciones permite llegar a un grupo demográfico más diverso que gracias al boca a boca, logrando que más gente conozca el espacio, permitiendo: oportunidades de co-patrocinio, exposición de la marca en los materiales promocionales (impresa y digital) y generando la oportunidad de aprovechar las redes profesionales.

Programa de incentivos por recomendaciones

No hay mejor portavoz que un cliente. Si queremos que los clientes animen a otros a inscribirse es importante crear un programa de recomendaciones. A modo de ejemplo se puede incentivar a que cada vez que un cliente del espacio nos trae a otro a tiempo completo se le puede hacer un 10% de descuento en los siguientes tres meses.

Días de espacios gratuitos

Los días de “escritorio gratis” son una excelente manera de dar a aquellos que aún no son clientes la oportunidad de interactuar con el espacio, los miembros y experimentar el servicio de primera mano.

CAPITULO 7 – CONCLUSIONES

“La flexibilidad del espacio, el uso y el tiempo son la base para dar una respuesta satisfactoria a los nuevos requerimientos de profesionales”.

César Matamala Astete

7.1 Conclusiones generales

A través de la investigación fue posible confirmar que hoy existe una nueva forma de trabajar, y que existen trabajadores, principalmente independientes, que no requieren ni desean pasar 8 horas encerrado en una oficina.

Por otro lado, se pudo corroborar que ha habido un explosivo aumento de profesionales que una vez terminados sus estudios, emprenden sus propios negocios y sus hábitos de trabajos escapan de los tradicionales.

Se ratifica la demanda de espacios de trabajos flexibles, donde los compromisos de uso sean acotados a las necesidades de cada profesional, evitando tener que invertir en un contrato de arriendo a tiempo completo e invertir altos costos en habilitación.

7.2. Conclusiones específicas

Considerando que el negocio se desarrolla con apoyo de un financiamiento bancario de \$20.000.000, el negocio se hace restable a partir del segundo año de funcionamiento, obteniendo utilidades por sobre los \$20.000.000 para el segundo y tercer año, y utilidades por sobre los \$35.000.000 para el cuarto y quinto año de funcionamiento.

El análisis de escenarios demuestra que este es un negocio muy sensible a la tasa de ocupación y que cualquier baja porcentual en los ingresos se ve reflejada fuertemente en las utilidades que pueda arrojar el negocio, haciendo fundamental tener una actitud activa en la captación constante de nuevos clientes a través de alianzas estratégicas con instituciones y organizaciones profesionales, y por otro lado, haciendo un fuerte trabajo de fidelización de los actuales clientes para proyectar ingresos constantes.

Del mismo análisis se puede concluir que la tasa de interés bancario no es relevante en el resultado final del negocio, por lo tanto, los esfuerzo no deben enfocarse en este sentido.

7.3. Confirmación / refutación de la hipótesis

Los antecedentes recopilados han permitido reconocer la existencia y evolución de una nueva forma de hacer un negocio inmobiliario en base al arriendo de espacios de trabajo, cuya principal característica es la flexibilidad de espacios, costos y servicios adicionales.

El levantamiento de información, el estudio de la evolución de los trabajadores independientes y las políticas para potenciar los nuevos emprendimientos han permitido confirmar que en las principales ciudades universitarias y en especial en la ciudad de Concepción existe una creciente demanda por parte de jóvenes profesionales independientes que requieren un espacio para trabajar, pero que sea “a su medida”

Por otro lado se ha podido identificar que en la ciudad de Concepción la oferta de espacios de trabajo se reducen principalmente al arriendo de oficinas tradicionales cuyo costo promedia los 0,53 UF x m² en el centro de la ciudad, distanciando a los jóvenes emprendedores que no disponen de los recursos o no están dispuestos a invertir en arrendar y habilitar una oficina para trabajar, y por consiguiente buscan alternativas de donde desarrollar su actividad laboral, ya sea en un café, algún espacio público o simplemente desde su casa.

Que la evaluación económica de la inserción del modelo de negocio concluye que a partir del segundo año de funcionamiento se podrían comenzar a obtener utilidades que se ven incrementadas en la medida que se consolida en negocio y se alcanzan un razonable porcentaje de tasa de ocupación.

Es por todo lo anteriormente analizado que es posible confirmar que existe una real y rentable oportunidad de inserción del modelo de arriendo de oficinas en Concepción.

CAPITULO 8 – BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Cámara Chilena de la Construcción – Delegación Regional Concepción, 2011, “Informe Inmobiliario Gran Concepción N°06” Concepción – Chile, www.cchc.cl
- Real Source – Real Estate Appraisers and Consultants, 1° Semestre 2012, “Informe Mercado de Oficinas”, Concepción – Chile, www.realsource.cl
- Real Source – Real Estate Appraisers and Consultants, 2° Semestre 2012, “Informe Mercado de Oficinas”, Concepción – Chile, www.realsource.cl
- Real Source – Real Estate Appraisers and Consultants, 4° Trimestre 2011, “Informe Mercado de Oficinas”, Concepción – Chile, www.realsource.cl
- Colliers Internacional, 1er trimestre 2011 Oficinas, Mercado de Oficinas.
- Cushman & Wakefield, Global Real Estate Solutions, 2011, “Marketbeat Chile Oficinas”, Sao Paulo, Brasil. www.cushwake.com.br
- Cushman & Wakefield, Global Real Estate Solutions, 2011, “Office Space across the world”, London, England. www.cushmanwakefield.com
- Alfredo Rivera Pizarro, “Repaso del auge inmobiliario Latinoamericano y caribeño”. Consultor Inmobiliario Internacional y ex-gerente de Ventas CB Richard Ellis Panamá. redaccion@wisnvest.com
- CB Richard Ellis, 2011, “MarketView Santiago Oficinas”, Global Research and Consulting, Las Condes – Santiago, www.cbre.cl
- Mackenzie Hill, 2010, “Informe de Mercado de Oficinas Santiago”, www.mackenziehill.cl

- Anna Heim, The Next Web, 2011, “11 Espacios de Coworking latinoamericano que debes conocer” <http://thenextweb.com/la/2011/09/01/eleven-latin-american-co-working-spaces-you-should-try-out/>
- IDacción Business News, “La fiebre del coworking: compartir conocimientos y espacios”, <http://idnews.idaccion.com/la-fiebre-del-coworking/>
- María-Christina Rus – Co fundadora de Coworkingon.es, “Porque trabajar en un espacio coworking?”, www.redactorfreelance.com/2013/02/por-que-trabajar-en-un-espacio-de.html
- Rosa Cuevas, 2008, “El Cotrabajo, una nueva forma de trabajar”, http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/trabajo/2008/10/10/180647.php
- Rafaél Moreno, 2013, “El Coworking y la cultura colaborativa”, <http://blogs.elpais.com/alterconsumismo/2013/11/el-coworking-y-la-cultura-colaborativa.html>
- Dario Turing, “Que es el coworking: ventajas y desventajas”, http://www.eldiario.es/turing/coworking-ventajas-desventajas_0_208929234.html
- Ordenanza General de Urbanismo y Construcción, Diciembre 2013.
- Instituto Nacional de Estadística INE
- Ministerio de Educación, “Base de Datos del SIES (servicio de Información de la Educación superior)” www.mineduc.cl