

PLAN DE EMPRESA

ESPACIO COWORKING

PROGRAMA DE FOMENTO DE LOS
ACUERDOS TERRITORIALES EN
MATERIA DE EMPLEO Y DESARROLLO
LOCAL DE LA COMUNITAT
VALENCIANA 2017



ESPACIO COWORKING

ÍNDICE

1. ¿En qué consiste esta idea empresarial?	. 3
2. El espacio coworking: a quién vas a dirigir tu actividad	. 3
3. Características generales del sector	. 5
4. Ventajas y dificultades que presenta tu espacio coworking	. 9
4. 1. Estructura de la empresa del espacio coworking	
4. 1. 1. ¿Resulta atractivo este mercado para crear un nuevo negocio?	
4. 1. 2. ¿Cómo puedes conocer el tamaño del mercado?	
4. 1. 3. ¿Qué previsiones puedes realizar sobre el futuro de la empresa?	
4. 2. Cómo analizar y conocer a tu competencia	
4. 2. 1. ¿Qué características debe presentar tu negocio en el mercado?	. 12
4. 2. 2. ¿Qué problemas puedo encontrar para comenzar	4-
o terminar la actividad de la empresa?	
4. 2. 3. ¿Quién es y qué características tiene tu competencia?	
4. 2. 4. ¿Cómo debes proveer tu empresa?	
4. 2. 5. ¿Cómo son tus clientes?	
4. 3. Cómo debes promocionar tu empresa	. 19
4. 3. 1. ¿Cómo vas a diseñar tus servicios?	. 19
4. 3. 2. ¿Cuánto vas a cobrar por tus productos?	. 21
4. 3. 3. ¿Cómo vas a vender tus servicios?	. 23
4. 3. 4. ¿Cómo darás a conocer tu negocio?	. 24
4. 4. Resultados económicos de tu empresa	. 25
4. 4. 1. ¿Cuánto debo invertir para iniciar mi empresa?	. 25
4. 4. 2. ¿Cuáles son los gastos fijos de la actividad?	. 26
4. 4. 3. ¿Cuál es la previsión de las ventas que debes alcanzar?	. 27
4. 4. 4. ¿Cuál es la cuenta de resultados de tu empresa?	. 31
4. 4. 5. ¿Cómo puedes financiar tu negocio?	. 31
4. 5. ¿Cuántos trabajadores debe tener tu negocio?	32
4. 5. 1. ¿Qué perfil debes tener como promotor del negocio?	. 32
4. 5. 2. ¿Qué estructura debe tener tu empresa?	. 33
4. 5. 3. ¿Qué servicios puedes externalizar?	. 34
4. 5. 4. ¿Qué convenio colectivo debes aplicar?	. 34
ANEXO I	. 36
ANEXO II	
ANFXO III	40

1. ¿En qué consiste esta idea empresarial?



Pretendemos ayudarte a crear un espacio coworking, (para 20 puestos de trabajo) que beneficiará a pequeñas empresas, autónomos, futuros empresarios, estudiantes, etc., para que pueden llevar a cabo sus actividades

empresariales sin necesidad de tener un despacho propio, lo que les permitirá reducir los costes que un local comercial conlleva. De este modo, estos colectivos podrán desarrollar su actividad en un espacio equipado con las instalaciones necesarias para ello, junto con otros profesionales, con los que pueden entablar relaciones comerciales y generar sinergias empresariales.

2. El espacio coworking: a quién vas a dirigir tu actividad

Diversos estudios avalan que las coyunturas económicas complejas, como en la que nos encontramos, son el caldo de cultivo de nuevas ideas empresariales, que afectan a buena parte de los sectores productivos. En estos contextos, a priori adversos, aparecen nuevos emprendedores que deben centrar sus esfuerzos en minimizar los costes de implantación de su actividad (alquiler de oficinas, talleres, materiales, etc.). Como respuesta a estas necesidades, aparece el concepto de coworking.

Los beneficios que trae consigo la implantación de un sistema de alquiler de espacio de trabajo o *coworking* son muchos: establece un lugar dónde se fomenta el intercambio, los contactos, las experiencias, la colaboración entre diversos proyectos y en general, favorece las sinergias positivas entre los diferentes profesionales que allí se establezcan.

Si bien estos espacios nacieron como respuesta a una crisis financiera a nivel mundial, han llegado para quedarse y son un nuevo modelo de organización del trabajo, adaptado a las necesidades de las nuevas actividades empresariales.

El perfil de *coworker* en el ámbito internacional suele ser el de un joven de unos 30-45 años. Más de la mitad de ellos son trabajadores *freelance* y cuatro de cada cinco poseen estudios universitarios. Con respecto a las diferencias que podemos observar entre sexos, muchas encuestas apuntan que la mayoría de los co-trabajadores son hombres y un tercio son mujeres. Éstas suelen tener un nivel de estudios más alto, aunque sus ganancias son más bajas que las de los varones. Estos estudios también revelan, que los ingresos de ambos suelen mejorar al desarrollar su actividad en espacios *coworking*, aunque en menor medida en el caso de las mujeres.



En cuanto a las profesiones que estos jóvenes emprendedores desempeñan, podemos decir que un buen número de ellos se dedica al mundo de la creación, del diseño y de las nuevas tecnologías, como pueden ser fotógrafos, arquitectos, diseñadores, ingenieros, creativos, periodistas, programadores y un largo etcétera de profesionales, que tienen la oportunidad de ejercer su profesión como *freelance*, de manera más flexible, en un entorno estimulante, abierto y adaptado a sus necesidades.

Este espacio ofrece servicios, crea sinergias, vincula personas, promociona profesionales, organiza eventos, etc. Aspectos que escapan a la lógica tradicional laboral y que requieren de una normativa propia, para asegurar la viabilidad funcional del Centro y de las personas que trabajan, dinamizan o participan de estos espacios de trabajo.

En España, el fenómeno de *coworking* es relativamente nuevo y no existe una legislación específica para este tipo de relaciones. Tal vez, lo más parecido son los centros de negocio y aunque el espacio *coworking* no tiene un funcionamiento tan formal, nos puede servir de aproximación.

En el caso de que el *coworking* se encuentre en una localidad distinta a tu domicilio fiscal, deberías solicitar el alta en esta última, ya que la actividad de arrendamiento genera un beneficio que no se materializa en el lugar que se alquila, sino en el domicilio del arrendador (que es el que ingresa la renta). Ello con independencia de que las pequeñas empresas o autónomos que se establezcan en el *coworking*, cumplan sus propias obligaciones (IAE, según epígrafe aplicable a su actividad particular, seguridad social, IVA, etc.).

En relación con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009), si el coworking lo consideramos como una simple prestación de servicios ocasionales, podríamos inscribirlo en el siguiente grupo: (ver la clasificación nacional de actividades económicas aquí).

CNAF	829. Actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.
CNAE	829.9 Otras actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.
Condición Jurídica	Empresario individual (Autónomo)

3. Características generales del sector

En líneas generales, existe mucha confusión con lo que respecta a los espacios coworking, por lo que el punto de partida debe de estar siempre orientado a transmitir los valores de la filosofía de este tipo de espacios.

Según el Censo Global sobre *Coworking* de 2013, el número de usuarios había aumentado un 89% a nivel mundial en ese año, situándose España como el tercer país con más espacios de este tipo para el desarrollo colaborativo de micro-negocios. Este dato refleja sin duda, que es una apuesta interesante teniendo en cuenta las tendencias que el mercado demanda en los últimos tiempos.

Por otra parte, la II Encuesta Mundial sobre *Coworking* (2011-2012) muestra que prácticamente todos los espacios de este tipo son rentables después de dos años de funcionamiento, aunque también señala diferencias de rentabilidad entre los espacios más pequeños y los más grandes, que acogen un número mayor de profesionales. Además, la encuesta indica que el principal problema para poner en marcha un espacio *coworking*, es

encontrar el capital inicial necesario. En general, los *coworkers* prefieren espacios pequeños, que pueden utilizar a cualquier hora del día durante una jornada completa.

Según los resultados de la encuesta <u>Global Coworking Survey de Deskmag</u>. La previsión de aumento de este tipo de espacios es del 22%, una cifra que da idea de la influencia de este tipo de espacios de trabajo, dentro de la familia de las diferentes modalidades de *Workspaces*.

El número de espacios coworking en todo el mundo alcanza una cifra de 13.800 puntos, una cifra elevada, que confirma que estos espacios mantienen un innegable atractivo para profesionales. De hecho, este último estudio afirma que los usuarios de espacios de coworking superan por primera vez el millón de personas.



Según los datos obtenidos, este incremento se debe a su vez, al aumento del número de autónomos y *freelance*, una fórmula de trabajo muy productiva para quienes deben desarrollar su actividad desde un espacio de trabajo alternativo. Este modelo de trabajador sostiene que los espacios *coworking* la permiten ubicarse en un lugar fijo de trabajo, en el que también se puede obtener mayor experiencia profesional gracias al *networking*, que se



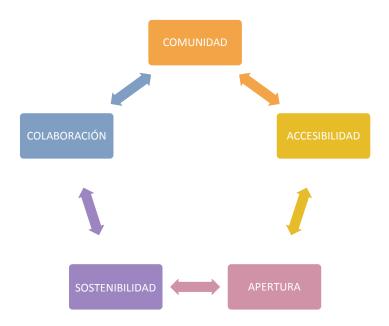
desarrolla con el resto de usuarios. Así mismo, el uso de los diferentes espacios del Centro ayudan a tener muy focalizadas las fuentes de gastos (reprografía, salas de reuniones, suministros...).

Los workspace permiten elegir la ubicación más representativa y el entorno que mejor se ajuste a cada necesidad. Entre los servicios que se ofrecen en los workspaces,

encontraremos normalmente: oficina privada del promotor, puesto de *coworking*, salas de reuniones, de formación, oficina virtual, etc.

Las redes sociales suponen otro de los elementos que hay que tener en cuenta, pues es una herramienta para fomentar el *espíritu de comunidad* en un espacio de trabajo. Para disponer de todos los datos se puede acceder a la encuesta completa en el siguiente <u>enlace</u>.

Así pues, entre los valores fundamentales para la actividad de *coworking*, encontramos:



El hecho de que los profesionales puedan llevar a cabo sus actividades en un espacio coworking es muy positivo. En comparación con los profesionales que desarrollan sus actividades en las oficinas convencionales, los usuarios de estos espacios, tienen como ventaja principal el incremento de confianza.

Según una encuesta mundial llevada a cabo por la revista alemana *Deskmag*, especializada en este tipo de actividades, la mayoría de los *coworkers* manifiesta que han aumentado un 90% la confianza en sí mismos. Cabe la posibilidad de que esto se deba al alto grado de flexibilidad que proporcionan estos espacios, al permitir el desarrollo de sus actividades rodeados de profesionales, con los que pueden relacionarse y hacer consultas.

Por ello, los profesionales que optan por un espacio *coworking* tienen más posibilidades de ampliar su red profesional y además, de actualizar sus conocimientos mediante el conocimiento compartido y los seminarios o cursos, que se imparten en este tipo de espacios. Por otra parte, los usuarios dejan de trabajar en sus casas de una



manera aislada, sintiéndose acompañados, aumentando su productividad y consecuentemente, incrementando sus ingresos.

Entre los clientes potenciales de un espacio *coworking*, destacan los trabajadores autónomos. En la Comunitat Valenciana, a fecha de 31 de diciembre de 2016, tenemos 190.797 autónomos/personas físicas, que representan el 9,7% del total de autónomos estatal. La tendencia de la actividad de los autónomos en la Comunitat, es la siguiente:

- Destaca la presencia de autónomos en el sector servicios.
- Disminuye la presencia de autónomos en el sector agricultura.
- Disminuye frente a la media del Estado el número de negocios con una antigüedad superior a 5 años, a la vez que aumenta el resto de tramos.

Puedes encontrar más datos sobre el perfil de los potenciales clientes en el Anexo I de este mismo documento.

4. Ventajas y dificultades que presenta tu espacio coworking.

4.1 Estructura de la empresa de espacio coworking

4.1.1. ¿Resulta atractivo este mercado para crear un nuevo negocio?

Como ya hemos mencionado anteriormente, los espacios *coworking* son relativamente nuevos. En nuestro ámbito territorial, encontramos dos viveros de empresas: uno en Orihuela, que forma parte del programa Go2work y otro en Torrevieja, perteneciente a la Cámara de Comercio de Alicante.

Si tienes dudas sobre las diferencias que existen entre el *coworking*, centro de negocios y vivero de empresas, pincha <u>aquí</u>.

4.1.2. ¿Cómo puedes conocer el tamaño del mercado?

Una de las primeras cuestiones que debes resolver para desarrollar tu proyecto, es a quién puedes vender tus productos. Los clientes potenciales de tu empresa serán los emprendedores, tele-trabajadores, autónomos y pequeñas empresas en general.

El *coworker* tipo es normalmente un profesional autónomo. Las estadísticas indican que un 70% de los *coworkers* en España trabajaban antes desde casa. Muchos de ellos

padecían distracciones, aislamiento social y tenían un nivel bajo de productividad. Las distracciones suponen el factor decisivo que ha empujado a los autónomos a utilizar centros coworking. La necesidad de abaratar costes también ha influido en una parte de ellos: el 22% pasó de una oficina a utilizar



espacios *coworking*, para reducir gastos. Por último, un 7% de los estos profesionales trabajaba en centros de negocios, dato que ratifica que los usuarios de centros de negocio y de los espacios *coworking*, muestran un perfil diferente.

El 85% de *coworkers* lo componen profesionales autónomos y *micropymes*. Sólo encontramos un 7% de trabajadores por cuenta ajena (empleados de microempresas ubicadas en centros *coworking*). Poco a poco, ha aumentado el número de empresas que utilizan estos espacios para ubicar a los empleados, con un coste de oficina reducido. Incluso hay grandes empresas que crean sus espacios *coworking*, como es el caso del <u>Campus de Google</u> en Londres. Por otra parte, los usuarios flexibles o nómadas, están empezando a usar estos centros.

¿QUÉ DEBES TENER EN CUENTA ANTES DE ABRIR UN COWORKING?							
VALORA LA VIABILIDAD ECONÓMICA.	RELACIÓN CONTRACTUAL CON LOS COWORKERS.	PROTOCOLO INTERNO DEL GESTOR DEL ESPACIO.	¿GESTOR? ¿DIRECTOR? ¿COMMUNITY BUILDER? ¿ADMINISTRATIVO? DEJA CLARA TUS FUNCIONES.	LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE COMERCIO ELECTRÓNICO.	COMUNIDAD CON PAUTAS DE CONVIVENCIA Y COLABORACIÓN.		

Resulta difícil establecer el tamaño del mercado sobre el que puede actuar tu espacio coworking, puesto que es un servicio relativamente nuevo e innovador en España y más todavía, en los tres municipios en los que nos centramos. Por consiguiente, una forma apropiada para calcular las cifras del primer año de tu empresa es una investigación comercial. Si quieres conocer los pasos a seguir para elaborarla, consulta el apartado *Recursos* de esta web.

4. 1. 3. ¿Qué previsiones puedes realizar sobre el futuro de la empresa?

A través de la metodología DAFO, analizaremos los aspectos positivos y negativos de tu proyecto:

	FACTORES	NEGATIVOS	
	DEBILIDADES	AMENAZAS	
	⇒ La empresa y el tipo de negocio es desconocido.	⇒ Espacios de viveros de empresas en poblaciones cercanas.	
	⇒ Escasez de recursos económicos para el inicio de la actividad.	⇒ Falta de información acerca del coworking y sus características.	
RNOS	⇒ Falta de experiencia en la gestión de estos espacios.	⇒ Alquiler de pisos para uso de oficinas en situación ilegal.	FACT
Ë	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	ORE
-ACTORES INTERNOS	⇒ Acceso a múltiples servicios comunes.	 Crisis económica actual acentúa la búsqueda de nuevas formas de alquiler de espacios. 	FACTORES EXTERNOS
FAC	⇒ Precios asequibles.⇒ Trato personalizado.	⇒ Alto precio de los alquileres de los locales comerciales.	RNOS
	⇒ Espacios altamente equipados para emprendedores.	⇒ Sector emergente e innovador con gran aceptación.	
		⇒ Escaso número de empresas competidoras.	
		⇒ Incremento moderado de la demanda.	
	FACTO	PRES POSITIVOS	

4. 2. Cómo analizar y conocer a tu competencia

La lectura de este apartado te permitirá conocer las siguientes consideraciones fundamentales:

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
PRESIÓN DE NUEVOS COMPETIDORES	Barreras a la entrada: Alta - Alto volumen de inversiones - Implantación compleja - Plazo de implantación medio Barreras a la salida: alta - Hay inversiones materiales importantes para recuperar su valor
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA	Baja:No existe ninguna empresa de estas características en los municipios.
INFLUENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	Alternativas de espacios <i>coworking</i> : baja - Los viveros de empresa
POSIBILIDAD DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES	Alta: - Precios asequibles de los espacios ofertados
POSIBILIDAD DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	 Alta: Posibilidad de negociar la compra de mobiliario y los servicios de telefonía e internet con varias empresas

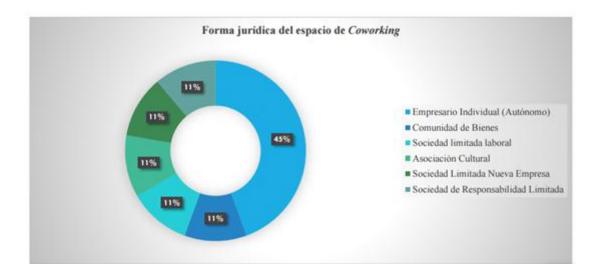
4. 2. 1. ¿Qué características debe presentar tu negocio en el mercado?

¿Cuántas empresas hay en el sector y dónde se encuentran?

No contamos con un registro de empresas que ofrezcan servicios de *coworking* en nuestro ámbito de actuación. No obstante, Torrevieja cuenta con un vivero de empresas de la Cámara de Comercio de Alicante.

¿Qué personalidad jurídica debe tener tu empresa?

Tras analizar la estructura y la dimensión que podría tener nuestra empresa en sus primeros momentos, creemos que la personalidad jurídica más adecuada para la creación de un espacio *coworking* es la de empresario individual (autónomo). No obstante, también se puede optar por otras formas jurídicas para prestar y comercializar estos servicios, como cooperativas o sociedades de responsabilidad limitada, que puedes consultar aquí.

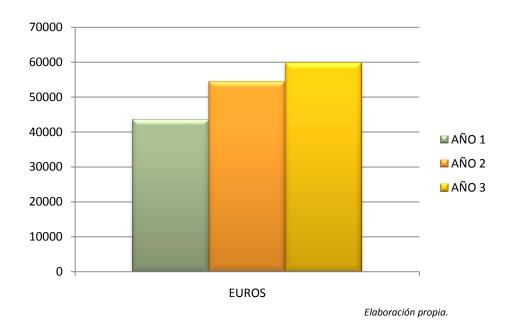


Fuente: RAMÍREZ RAMÍREZ, L., RUIZ COLLADO, R. y GUEVARA SANGINÉS, M. L., "La nueva comunidad laboral. Gestión de los espacios coworking en Alicante", 2015, p. 16.

¿Qué volumen de facturación debes alcanzar?

El volumen de facturación dependerá de la dimensión de la empresa. Según nuestras previsiones, la facturación del primer año de tu empresa es de 43.510 euros, el segundo año la facturación aumentará un 25% y alcanzará los 54.387 euros y ya el tercero, llegará a los 59.826 euros. Sin embargo, debes tener en cuenta que es probable que la distribución mensual de estas cifras sea desigual, debido a que habrá meses donde tendrás más usuarios que otros.





¿Cuántas personas deben trabajar en tu empresa?

El personal necesario para crear un espacio *coworking* dependerá del volumen de trabajo que tengas. En un principio, una persona puede hacer frente por sí misma a las tareas del negocio.

De hecho, un tercio de los espacios *coworking* abiertos en España cuentan con un único promotor, mientras que los espacios grandes, con más de 50 *coworkers*, tienen una media de cuatro trabajadores, que suelen ser los promotores de la actividad. En este caso, se aconseja que sean especialistas en competencias distintas, para así crear sinergias empresariales positivas. Más adelante detallaremos este aspecto.

¿Con qué instalaciones debes contar?

En este tipo de negocios, es necesario que la ubicación de la oficina sea cercana a zonas de la ciudad con buenas vías de comunicación o que esté ubicada en un espacio de fácil acceso.

Uno de los espacios que hemos barajado como ejemplo, es un local ubicado en el centro de una de las tres poblaciones de nuestro ámbito de actuación, que cuenta con 180m²,

distribuidos en una sala amplia y diáfana, dos despachos o salas multiusos, dos baños, cocina y espacio de office/relax.

Cada usuario tendrá su puesto de trabajo, compuesto por una mesa, una silla, una taquilla, una conexión a internet y una lámpara.

4. 2. 2. ¿Qué problemas puedo encontrar para comenzar o terminar la actividad de la empresa?

Llamamos barreras, a los factores que obstaculizan la entrada o la salida del mercado a cualquier iniciativa empresarial. En nuestro caso, la principal barrera es el volumen de inversiones requerido para poner en marcha el negocio. Sin duda, el alquiler de un local comercial amplio y su acondicionamiento, si fuera necesario, constituye el gasto más elevado. Además, los costes en mobiliario, los suministros y la campaña publicitaria inicial, suponen un gasto importante. Debido a estas inversiones iniciales, el primer año de la empresa puede

resultar complicado, hasta que finalmente se consolide en el mercado.

Por otra parte, la puesta en marcha de tu negocio como empresario individual no necesita un desembolso en capital social, aunque ya hemos visto que se pueden adoptar otras formas jurídicas de empresa. En el caso de una sociedad de



responsabilidad limitada, ésta debe constituirse con un capital social mínimo de 3.000 euros. Además, en cualquier caso, se deberá contratar un seguro de responsabilidad civil, que supondrá un gasto de alrededor de 600 euros anuales.

4. 2. 3. ¿Quién es y qué características tiene tu competencia?

Para la elaboración de este apartado, hemos estudiado la competencia en los municipios y alrededores. Cuando hablamos de competencia, podemos establecer dos grados:

- Competencia directa: son aquellas empresas que operan en el mismo mercado. Es decir, que venden el mismo producto o servicio y se dirigen a los mismos clientes.
- **Competencia indirecta**: son empresas que operan en tu mismo mercado, se dirigen a los mismos clientes, pero ofrecen un servicio o producto sustituto o alternativo.

Hemos constatado que actualmente no existe una oferta idéntica en Guardamar del Segura, Torrevieja o el Pilar de la Horadada. De hecho, las empresas que más se asemejan son los viveros de empresa. La Cámara de Comercio de Alicante, ofrece diversos servicios a las empresas y a los nuevos emprendedores en sus áreas de Internacionalización, Formación, Asesoramiento Empresarial, Subvenciones, etc. Además, a través de la Red Cameral, la Cámara facilita la ubicación de nuevas empresas en los Viveros de Empresas de Denia, Elche, Finestrat, Torrevieja y Villena y en las naves nido de Ibi y Mutxamel.



Siendo el primer proyecto de este tipo en la zona, podría adquirir una posición de liderazgo, al tratarse de un servicio novedoso, que procurará un trato excelente y crea alianzas y acuerdos estratégicos entre sus usuarios.

Por otro lado, los costes previstos establecen que se puede operar con precios competitivos en el sector, un factor importante para este tipo de negocio.

Los precios en el Vivero de Empresas de Torrevieja se sitúan alrededor de los 230€ más IVA (el precio disminuye o aumenta dependiendo de si se alquila un despacho de 2 ó 3 personas). El importe incluye el uso esporádico y mediante reserva, de una sala de juntas para 6/8 personas y de un salón de actos de mayor capacidad. Además, cabe la posibilidad de usar el aula de informática. En el caso del Vivero de Orihuela, las condiciones de uso de los espacios comunes son muy similares y el precio por un despacho para una persona, es de 180€ más IVA. En general, estos son los servicios que se ofrecen en los viveros de empresa que pertenecen a la Cámara de Comercio de Alicante:

- ⇒ Contenido de los despachos por puesto de trabajo: mesa y silla de trabajo, silla de confidente, una cajonera, una estantería y acceso a internet.
- ⇒ Servicios generales de:
 - ✓ Recepción.
 - ✓ Limpieza.
 - ✓ Climatización.
 - ✓ Mantenimiento.
- ⇒ Horario de apertura: De 8:00 a 22:00 horas, de lunes a viernes.
- ⇒ Actividades que pueden instalarse:
 - ✓ Actividades de servicios o comerciales sin venta al público.
- ⇒ Contrato de cesión: Un año renovable como máximo por otro año más.
- ⇒ Obligaciones:
 - ✓ Cumplir con lo establecido en el Reglamento de régimen Interior del espacio.

Los espacios estudiados mostraron un promedio de 7 usuarios. El total de coworkers activos, en el momento que se realizó la investigación, era de 58. En la ciudad de Alicante, contar con un espacio de trabajo fijo con acceso a servicios de internet, cocina, sala multiusos y con un horario amplio de acceso a las instalaciones,



cuesta un promedio de 92,4 € al mes más IVA. Cabe aclarar, que algunos espacios cuentan con otras tarifas que fluctúan debido a la cantidad de horas que se ocupan, los servicios que se reciben o la privacidad del puesto de trabajo.

La contratación de algún servicio adicional, como el alquiler de la sala multiusos, supondrá un coste añadido al *coworker*. Por ello, debes analizar aquellas características que son más valoradas y apreciadas por los potenciales clientes y ponerlas a su disposición.

4. 2. 4. ¿Cómo debes proveer tu empresa?

Según nuestras estimaciones, tu empresa *coworking* requerirá los servicios de una asesoría para resolver y tramitar aspectos fiscales y laborares del negocio. Además, puede que en determinadas ocasiones, se precise a petición de los usuarios, realizar algún tipo de seminario o jornada de formación.

El hecho de que tu empresa *coworking* sea la única especializada dentro de nuestro ámbito de actuación, hace que la presión que puedan ejercer los posibles proveedores sobre tu negocio sea baja. Esto te permitirá cambiar de proveedor en función de la calidad/precio de los servicios que te preste y de los intereses de tu empresa.

4. 2. 5. ¿Cómo son tus clientes?

Ya vimos el perfil tipo de los usuarios de estos espacios de trabajo. El negocio se dirige a un mercado formado principalmente por profesionales de diferentes sectores (diseñadores, programadores, periodistas, abogados, etc.), así como a emprendedores, pequeñas y medianas empresas, tanto del mercado local como del entorno inmediato. Puedes encontrar una información más detallada, en los anexos de este mismo plan de empresa.

Con el objetivo de potenciar el negocio, se precisará ofertar nuestros servicios a diferentes sectores empresariales de la zona, con el fin de fomentar la colaboración directa entre ellos.



4. 3. Cómo debes promocionar tu empresa

4. 3. 1. ¿Cómo vas a diseñar tus servicios?

En primer lugar, para crear tu empresa, debes tener en cuenta los puntos que te detallamos a continuación. También, es importante saber dónde vas a ubicar tu actividad y conocer las zonas próximas. Además, debes analizar quiénes son los clientes a los que te vas a dirigir.

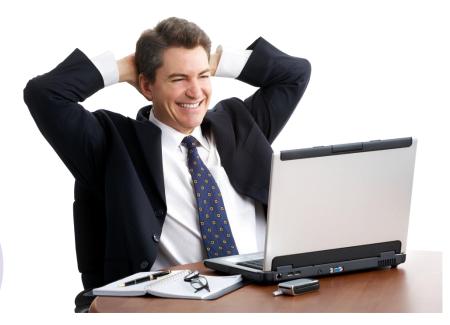
Para diseñar tu carta de servicios, conviene que consideres las siguientes observaciones:

Oferta amplia de servicios

Precios asequibles

Asesoramiento

Trato personalizado



Los servicios que prestará tu empresa serán muy diversos y cubrirán las siguientes necesidades:

- •Contar con un espacio de trabajo.
- Entablar relaciones con otras personas profesionales.
- Poder trabajar en un entorno agradable.
- Disponer de diferentes infraestructuras a las de su vivienda.
- Necesidad de asesoramiento.
- Necesidad de tener ayuda para distintos servicios como: recepción telefónica y gestión de faxes, recepción de correspondencia y mensajería.
- Necesidad de material audiovisual.
- Necesidad de conocimientos sobre su actividad.
- Necesidad de experimentar los valores que envuelven al espacio de coworking.
- Necesidad de ahorro en costes.



Nuestra carta de servicios estará compuesta por:

SERVICIOS							
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	PAQUETE 2/al mes: COWORKING DÍA COMPLETO CON 8H SALA DE REUNIÓN	1 DÍA	10H SEMANA + 5H SLA REUNIÓN	25 H SEMANA + 5H SALA REUNIÓN			

SERVICIOS EXTRAS							
SALA REUNIÓN/ ½ DÍA	MATERIAL AUDIOVISUAL/HORA	RECEPCIÓN CORRESPONDENCIA /MES	SERVICIO SECRETARIADO/MES	DOMICILIO FISCAL/MES			

Además de lo expuesto, debes tener en cuenta que tu empresa podrá diseñar nuevos paquetes o servicios a partir de las necesidades de los clientes. Por ello, debes mantener la capacidad de adaptarte a las exigencias de la demanda.

4. 3. 2. ¿Cuánto vas a cobrar por tus productos?

La tabla de tarifas, estará condicionada por el tipo de paquete de servicios que adquieran los usuarios del espacio *coworking*. El precio de tus servicios deberá cubrir los gastos fijos y variables, además de dejar un margen de beneficio y que resulte competitivo en el mercado. Así, para fijar el precio final de los distintos servicios, en primer lugar, debes calcular el coste para llevarlos a cabo y posteriormente, aplicar un margen que te permita obtener algún beneficio y sumar el I.V.A.

La siguiente tabla te muestra los precios finales con IVA según los diferentes servicios que vamos a ofertar en nuestro espacio *coworking*:

Precio final de venta al público.

SERVICIOS	PRECIO CON IVA
PAQUETE 1	150€
PAQUETE 2	190€
1 DÍA	19€
10H SEMANA + 5H SALA REUNIÓN	70€
25 H SEMANA + 5H SALA REUNIÓN	115€
SALA REUNIÓN ½ DIA	30€
METARIAL AUDIOVISUAL/HORA	15€
RECEPCIÓN CORRESPONDENCIA/MES	20€
SERVICIO SECRETARIADO/MES	20€
DOMICILIO FISCAL/MES	15€

Fuente: precios de mercado. Elaboración propia

Además, debes tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- El material audiovisual se alquila por horas.
- Las salas de usos múltiples se alquilan por un día completo. Debes tener en cuenta que el espacio que proponemos tiene dos salas multiusos o de reuniones. Por simplificar, no

hemos tarificado cada una por separado según tamaño, pero muchos espacios coworking proponen diferentes precios según el tamaño de la sala.

- Nuestro espacio dispone de una cocina donde se pueden preparar café o calentar alimentos, para nuestros usuarios.

El siguiente cuadro, te muestra el cálculo orientativo del precio de los servicios que podrán contratar los *coworkers*:

Tabla 1. Estimación de precios

CONCEPTO	PACK 1	PACK 2	1 DÍA	10 h	25 h	SALA	MATERIAL AUDIOVISUAL	SERVICIO SECRETARIADO/ MES	DOMICILIO FISCAL	CORRES_ PONDENCIA
Total costes variables	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€
Costes fijos	15.800€	10.033€	880€	3.300€	5.278€	2.400 €	1.300 €	1.700€	880 €	1.300 €
Total Costes	15.800€	10.033€	880€	3.300€	5.278€	2.400 €	1.300 €	1.700€	880 €	1.300 €
Nº Usuarios	121	68	58	62	60	104	104	89	80	78
Coste unitario	130€	147€	15€	53€	88€	23€	12,5 €	19,1 €	11,00€	16,6 €
Margen beneficio 10%	13 €	15 €	1,5€	5,3€	8,8€	2,3 €	1,3€	1,9 €	1,1 €	1,6€
TOTAL	143€	162€	16,5€	58€	96,8€	25,3 €	13,8€	21€	12,1€	18,2 €
IVA (21%)	30 €	34 €	3,5 €	12,2 €	20,3 €	5,3€	2,9 €	4,4 €	2,5 €	3,8 €
PRECIO VTA PERSONA	173€	196€	20 €	70 €	117€	30€	17€	25€	15€	22€
Precio final venta servicios con IVA	150€	190€	19€	70€	115€	30€	15€	20€	15€	20€

Elaboración propia

Para obtener estas cifras, hemos estimado el número de usuarios que harán uso de tus servicios. A continuación, hemos calculado los costes variables que inciden directamente en cada actividad (en términos anuales). Por otra parte, los costes fijos que necesita tu negocio para ponerse en marcha, se han distribuido de forma proporcional al volumen de facturación de las distintas actividades, dentro del importe total de las mismas. La suma de los costes variables y los costes fijos, divididos a su vez por el número de usuarios, te proporcionará el coste unitario del producto. Finalmente, como margen de beneficio se aplicará un 10% sobre el coste unitario. La suma total, a la que aplicaremos el IVA del 21%, nos indica el precio por persona de cada uno de los productos. Finalmente, ajustamos los precios finales por persona en función de intereses comerciales.

4. 3. 3. ¿Cómo vas a vender tus servicios?

La comercialización de tus servicios se llevará a cabo principalmente por:

Vía directa: las ventas que tú como promotor de la empresa puedas realizar serán a través de varios formatos, como la publicidad y la página web. El tiempo dedicado a esta actividad será mucho mayor al principio: preparación de ofertas, diseño de contenidos web, envío de correos electrónicos, visitas a los clientes, etc.

Además debes prever que muchos de tus clientes necesitarán visitar el espacio *coworking* para conocer las instalaciones y todos los servicios que se prestan. En otros casos, la contratación de los servicios podrá gestionarse vía telefónica.

Cuando tu empresa se consolide en el mercado, el volumen de trabajo que dedicarás a la comercialización disminuirá, aunque siempre deberás dedicar tiempo y recursos para estar al día.

4. 3. 4. ¿Cómo darás a conocer tu negocio?

Al iniciar tu negocio, el gasto dedicado a publicidad será elevado, ya que debes darte a conocer en el ámbito donde desarrolles tus actividades. Deberás estar abierto a recoger nuevas ideas y a diseñar nuevos productos, en función de las necesidades de tus potenciales clientes. Por ello, en los primeros momentos, los cambios en las herramientas publicitarias que utilices serán constantes.

A la hora de empezar un negocio de estas características, los expertos recomiendan que ofrezcas tus servicios a tus conocidos. Además puedes seguir estas tres consideraciones:



Las vías publicitarias más comunes que utilizarás serán:

- Una buena página web y un blog asociado, donde compartas experiencias y artículos de elaboración propia.
- Los portales sociales en internet. Trata de conseguir que tus primeros clientes sean embajadores de marca, es decir, que queden tan contentos con tus servicios que deseen compartir su experiencia con sus amigos, que hablen bien de tu empresa y te consigan nuevos contactos. Otra opción es buscar alguna colaboración con algún personaje influyente en el sector (sea blogger o instagramer) para que dé a conocer tu producto-servicio.
- Las tarjetas de visita.
- Los folletos informativos.
- El mailing o comunicación a través de correo electrónico.

- La publicidad que incluye la información municipal, como el callejero de los municipios en los que trabajarás
- El "boca a boca": las opiniones positivas de los usuarios en sus círculos próximos, pueden constituir un importante valor para tu empresa.

4. 4. Resultados económicos de tu empresa

4. 4. 1. ¿Cuánto debo invertir para iniciar mi empresa?

La inversión inicial que necesitas para poner en marcha la actividad de tu empresa es la siguiente:

Tabla 2. Inversiones estimadas para el inicio

CONCEPTO	IMPORTES (SIN IVA)
Maquinaria de aire acondicionado	4.734 €
Mobiliario	7.265 €
Equipo Informático	1.371 €
Aplicaciones informáticas	1.240 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	413€
Tesorería	8.909 €
TOTAL INVERSIONES	23.932 €
IVA SOPORTADO	3.068 €
TOTAL NECESIDADES INICIALES	27.000 €

Elaboración propia

Como ya hemos visto, la puesta en marcha de la empresa será un tanto costo. Hay que comprar todo el material, el mobiliario, el alta de los suministros, etc. Te recomendamos que alquiles un local que ya esté acondicionado, es decir, que cumpla la normativa vigente y que se encuentre en condiciones para su uso inmediato. No obstante, si fuera necesario acondicionarlo, las obras supondrán una serie de costes adicionales, además del mobiliario y la decoración.

4. 4. 2. ¿Cuáles son los gastos fijos de la actividad?

En la siguiente tabla, encontrarás los principales gastos anuales a los que habrás de hacer frente, cuando tu empresa dé sus primeros pasos:

Tabla 3. Gastos fijos estimados en el primer año

GASTOS FIJOS DE LOS SERVICIOS GENERALES	SIN IVA	CON IVA
Conexión a Internet	386,8€	468€
Alta Internet	15,69 €	19€
Póliza de Seguro	218,2 €	218,2 €
Stock inicial y materiales de consumo	619,8€	750€
Publicidad	495,9€	600€
Servicios externos (asesoría, web,etc.)	793,4€	960€
Arrendamiento local	7.438€	9.000€
Limpieza local, servicios luz y agua	4.876€	5.900€
Sueldo + Seguros sociales	24.492 €	24.492€
Gastos financieros	1.489 €	1.489€
Gastos amortización	2.046,4 €	2.046,4€
TOTAL gastos generales	42.870,8 €	45.942,6€

Elaboración propia

Por lo que respecta a la amortización del inmovilizado, consideramos sus porcentajes normales: la maquinaria de aire acondicionado, un 12%; el mobiliario, un 10%, las aplicaciones informáticas, un 33% y los equipos informáticos, un 25%.

En nuestro supuesto, hemos considerado que el mantenimiento y el desarrollo de la actividad lo efectuará el emprendedor. Además, se apoyará en una persona que lleve a cabo las funciones de secretariado a media jornada. En el caso de que los usuarios demandasen jornadas de *coworking*, seminarios y otras actividades, deberías plantearte ofrecer estos servicios asegurándote previamente de que cubrirás gastos.

En cuanto a los gastos financieros, estimamos que el emprendedor parte con un capital inicial de 6.000 euros, que aportará a la apertura del negocio. Además, pedirá un crédito de 21.000 euros, a pagar en siete años, con un 6,95% de tipo de interés y una comisión de apertura del 0,50%. Todo ello, supone una cuota mensual de 316,43 euros.

Aunque los espacios *coworking* pueden abrir cualquier día del año, la demanda de servicios está concentrada en la época del año que va desde enero a septiembre. Además, muchos de los estudios consultados, indican que hasta los 7 meses de apertura aproximadamente, estos negocios no empiezan a dar beneficios. Es por ello, que debes de hacer una previsión de tesorería inicial y tener en cuenta las fuentes de financiación necesarias, para afrontar este periodo inicial.

4. 4. 3. ¿Cuál es la previsión de las ventas que debes alcanzar?

Como es común en la mayoría de empresas, el volumen de ventas en los primeros meses de actividad de tu espacio *coworking*, será normalmente bajo. No obstante, nuestra previsión es que se consolide en el mercado a lo largo del primer año, por medio de una potente campaña publicitaria y del eco que pueda producirse entre tus potenciales clientes, cuando prestes tus primeros servicios. De este modo, nuestras previsiones de clientes en los primeros cuatro años del espacio *coworking*, son las siguientes:

Tabla 4. Estimación número de clientes para los cuatro primeros años

PRODUCTOS	USUARIOS / AÑO				
PRODUCIOS	1 ^{er} año	2º año	3 ^{er} año	4º año	
PAQUETE 1	121	124	135	140	
PAQUETE 2	68	70	77	83	
1 DÍA	58	59	66	75	
10H/SEMANA	62	65	72	80	
25H/SEMANA	60	63	70	78	
SALA REUNIÓN ½ DÍA	104	108	117	122	
MATERIAL/HORA	104	107	118	124	
CORREO	78	82	93	100	
SECRETARIADO	89	92	103	109	
DOMICILIO FISCAL	80	83	94	103	
TOTAL	824	853	945	1.014	

Elaboración propia

De acuerdo con los datos que manejamos sobre los precios de venta al público, el espacio *coworking* obtendría los siguientes ingresos:

Tabla 5. Estimación ingresos totales en los cuatro primeros años

CONCERTOS	IMPORTES						
CONCEPTOS	1 ^{er} año	2º año	3 ^{er} año	4º año			
TOTAL INGRESOS	43.510€	54.386€	59.834€	64.010€			

Elaboración propia

Recuerda que la consolidación de una empresa como la tuya llevará un tiempo, que puede oscilar entre uno o dos años, en los que deberás hacer hincapié en la publicidad de tu negocio, para darlo a conocer y asegurar las ventas.

Tabla 6. Estimaciones ingresos mensuales por venta de servicios en el primer año

RUTAS PAQUETE 1 PAQUETE 2	Ene 1.200€ 760€ 36€	Feb 1.200€ 950€	Mar 1.200€ 950€	Abr 1.200€	May 1.350€	Jun 1.350€	Jul 1.350€	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
-	760€				1.350€	1.350€	1 250£	4.5000					
PAQUETE 2		950€	950€				1.330€	1.500€	1.500€	1.800€	1.800€	2.700€	18.150€
	26£			950€	950€	950€	950€	1.140€	1.140€	1.330€	1.330€	1.520€	12.920€
1 DÍA	30€	76€	76€	76€	76€	76€	76€	114€	114€	133€	133€	114€	1.100€
10H/ SEMANA	140€	280€	280€	280€	350€	350€	350€	420€	420€	420€	490€	560€	4.340€
25H/ SEMANA	230€	345€	345€	345€	575€	575€	575€	805€	805€	805€	575€	920€	6.900€
SALA REUNIÓN ½ DÍA	240€	240€	240€	240€	150€	150€	150€	240€	240€	240€	450€	540€	3.120€
MATERIAL/ HORA	120€	120€	120€	120€	75€	75€	75€	120€	120€	120€	225	270€	1.560€
CORREO	100€	100€	100€	80€	120€	120€	120€	120€	120€	120€	200€	260€	1.560€
SECRETARIA	100€	100€	100€	80€	120€	120€	120€	180€	180€	180€	200€	300€	1.780€
DOMICILIO FISCAL	45€	60€	60€	60€	105€	105€	105€	120€	120€	120€	150€	150€	1.200€

Elaboración propia

Estas estimaciones de ingresos te permitirán contar con un remanente de Tesorería positivo durante los primeros doce meses de actividad de tu empresa:

Tabla 7. Presupuesto mensual de Tesorería en el primer año

CONCEPTOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
ENTRADAS												
Prestación servicios	2.455€	2.868,6€	2.868,6€	2.835,5€	3.199€	3.199€	3.205€	3.933€	3.933€	4.362€	4.589€	6.061€
IVA repercutido ventas	516€	602,4€	602,4€	595,5€	672€	672€	673€	826€	826€	916€	964€	1.273€
Capital propio	6.000€											
Emisión de deuda	21.000e											
TOTAL ENTRADAS	29.971€	3.471€	3.471€	3.431€	3.871€	3.871€	3.878€	4.759€	4.759€	5.278€	5.553€	7.334€
IVA			-2.216€			-1.011€			580€			2.418€
TOTAL SALIDAS	22.951€	3.768€	3.768€	3.768€	3.768€	3.768€	3.768€	3.768€	4.348€	3.768€	3.768€	3.768€
TESORERÍA FINAL	7.020€	6.723€	6.426€	6.088€	6.191€	6.294€	6.404€	7.395€	7.806€	9.316€	11.101€	14.667€

Elaboración propia

Con estas cuentas de tesorería, podemos obtener el balance y calcular el fondo de maniobra, que indica la capacidad de tu empresa para atender los pagos a corto plazo, así como realizar nuevas inversiones. Te interesa que el fondo de maniobra, calculado como activo circulante menos el exigible a corto plazo, sea positivo. Te lo mostramos a continuación:

Tabla 8. Balance de situación previsto al final del primer año

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO FIJO	12.977€	FONDOS PROPIOS	6.511€
Inmovilizado	15.023€	Capital social	6.000€
Amortizaciones	-2.046€	Pérdidas y ganancias	511€
ACTIVO CIRCULANTE	14.667€	Exigible a largo plazo	18.587€
Tesorería	14.667€	Exigible a corto plazo	2.546€
		Hacienda acreedora IVA	2.418€
		Hacienda acreedora IRPF	128€
TOTAL ACTIVO	27.644€	TOTAL PASIVO	27.644€

Elaboración propia

Por último, el punto de equilibrio nos muestra el número mínimo de usuarios de nuestros servicios, que necesitamos para cubrir todos los costes y a partir de ese momento, comenzar a obtener beneficios. Esta cifra de usuarios, la alcanzaremos en el último mes del primer año.

Tabla 9. Punto de equilibro y umbral de rentabilidad del primer año

PUNTO DE EQUILIBRIO	USUARIOS	VENTAS
Conjunto de todos los servicios prestados	812	42.871€

Elaboración propia

Con estos datos, podemos calcular la tasa interna de retorno (TIR). Esto es, la medida relativa de rentabilidad de la empresa y por tanto, hasta qué punto resulta rentable lanzar el proyecto. En nuestro caso la TIR alcanza el 20% con cuatro años de actividad de la empresa.

Tabla 10. Tasa Interna de Retorno de los cuatro años de actividad (TIR)

CONCEPTOS	IMPORTES
Inversión Inicial	23.932 €
Cash Flow 1	2.558 €
Cash Flow 2	9.410 €
Cash Flow 3	13.350 €
Cash Flow 4	16.200 €
TIR a 4 años	20%

Elaboración propia

4. 4. 4. ¿Cuál es la cuenta de resultados de tu empresa?

La siguiente tabla refleja los gastos y los ingresos de explotación de tus actividades, una cuenta a la que habría que deducir los impuestos (estimamos un 20% de IRPF):

Tabla 11. Cuenta de resultados en los cuatro primeros años

CONCERTOS	IMPORTES					
CONCEPTOS	1 ^{er} año	2º año	3 ^{er} año	4º año		
TOTAL INGRESOS SIN IVA	43.510€	54.386€	59.834€	64.010€		
Sueldos y seguridad social	24.492€	26.010€	26.010€	26.010€		
Arrendamiento local	7.438€	7.438€	7.438€	7.438€		
Cuota Internet+Alta	402€	387€	387€	387€		
Servicios externos	793€	793€	793€	793€		
Seguros	218€	218€	218€	218€		
Publicidad y propaganda	496€	546€	600€	660€		
Limpieza local	4.876€	5.851€	6.436€	7.080€		
Amortización inmovilizado	2.046€	2.046€	2.046€	2.046€		
Otros (material consumo)	620€	682€	750€	825€		
BENEFICIO antes impuestos e intereses	2.128€	10.416€	15.156€	18.553€		
Gastos financieros	1.489€	1.211€	1.025€	860€		
Margen de beneficio	5%	19%	25%	29%		
RENTABILIDAD ECONÓMICA	8%					
Beneficio antes de impuestos	639€	9.205	14.130€	17.693€		
IRPF (20%)	128€	1.841€	2.826€	3.539€		
RESULTADO DEL EJERCICIO	511 €	7.364€	11.304€	14.154€		

Elaboración propia

4. 4. 5. ¿Cómo puedes financiar tu negocio?

Hemos estimado que 6.000 euros del total de la financiación de nuestro negocio provendrán de fondos propios, mientras que para cubrir el resto de la inversión inicial se recurrirá a un crédito bancario. Conviene que consultes frecuentemente las bonificaciones y las ayudas a las que puede acceder tu empresa en esta dirección *web*.

4. 5. ¿Cuántos trabajadores debe tener tu negocio?

4. 5. 1. ¿Qué perfil debes tener como promotor del negocio?

La persona que emprenda este negocio debe destacar por su capacidad de organización y planificación, creatividad, iniciativa, capacidad de adaptación, habilidades comunicativas, buena presencia, empatía, etc.



Lo ideal, sería
contar con la licenciatura
o el doble grado de
Administración y
Dirección de Empresas y
Derecho, o aptitudes
para la gerencia y
conocimientos
administrativos. La

formación complementaria puede ser un valor añadido, como el conocimiento de otros idiomas.

Por otra parte, la previsión de los salarios que percibirá el promotor y el auxiliar de la empresa, serán los siguientes:

Tabla 12. Salarios estimados anuales de la empresa

Sueldo autónomo + auxiliar	Seguridad social	TOTAL
13.200 €/ año	3.498 €	16.698€
6.000 €/año	1.794 €	7.794 €
19.200 €/año	5.292 €	24.492 €

Elaboración propia

4. 5. 2. ¿Qué estructura debe tener tu empresa?

Como ya hemos visto, el promotor de la empresa se dará de alta como autónomo, aunque puede optar por otras formas jurídicas de empresa como cooperativas o sociedades de responsabilidad limitada.

En nuestro supuesto, al tratarse de un empresario individual, en principio, la mayor parte de las tareas que requiera el negocio las asumirás tú mismo. Para rentabilizar el negocio, resulta imprescindible que el promotor del negocio sea el encargado de la gestión, la explotación y la parte técnica de la actividad, esté implicado y aporte ideas para el buen funcionamiento del negocio.

Además hemos contado con una persona a media jornada, que se encargará de los servicios de secretariado en varios idiomas.



Para las tareas más complejas (fiscal, laboral y contabilidad general) se puede recurrir a servicios externos, contratando los servicios de una asesoría.

Como promotor, debes realizar las siguientes funciones:

- Gestión y dirección del negocio.
- Captación de nuevos clientes.
- Información y asesoramiento a clientes.
- Explotación del negocio en horario establecido.
- Control de cumplimiento del Contrato: duración, normas y obligaciones y sanciones por incumplimiento o desperfectos de material, etc.
- Revisión y mantenimiento del material, así como de los espacios *Coworking*.

4. 5. 3. ¿Qué servicios puedes externalizar?

Como tu negocio se constituye como una empresa individual, es probable que debas contratar servicios externos. Es importante que la persona que contrates, a tiempo parcial o a jornada completa, se adapte al perfil que buscas y que conozca las características de los servicios que ofrece tu empresa. Además, tendrás que recurrir a una asesoría para que te ayude con los trámites fiscales o laborales, que requiere la actividad cotidiana de tu negocio.

4. 5. 4. ¿Qué convenio colectivo debes aplicar?

El coworking es una práctica cada vez más extendida. Por un lado, la necesidad de rebajar gastos fijos hace que varias empresas puedan compartir su espacio de trabajo. Hay una serie de aspectos legales que hay que tener en cuenta antes de poner en marcha este tipo de iniciativas: licencias, permisos, etc. Pero, además, al tratarse de un lugar de trabajo, nos afecta también la legislación laboral. Estos puntos afectan tanto al que propone el coworking (arrendador) y los que ocupan el espacio (inquilinos).

Cuestiones formales

Desde el punto de vista formal pueden presentarse diversas circunstancias. Puede que el local sea propiedad del promotor del *coworking* o que sea alquilado. En el primer caso, se puede arrendar el espacio a un tercero, pero en el segundo debemos tener en cuenta que el contrato de arrendamiento nos permita el subarriendo, ya que si no es así, el propietario puede encontrar dificultades. También puede suceder que quien propone el *coworking* vaya a tener como actividad



principal la cesión del espacio y la prestación de servicios a sus inquilinos, o bien que desarrolle otra actividad y que simplemente comparta el espacio que no necesita. En cualquier caso, es pertinente que declare ese arriendo como actividad económica.

Puntos clave para los arrendadores

El hecho de ser arrendador supone una responsabilidad frente a los inquilinos, pero también ante terceros. Es conveniente que quede claro el funcionamiento del centro, los servicios que éste ofrece, los horarios, las condiciones de pago y las consecuencias de infringir las normas establecidas. Si además de ceder el espacio, se prestan servicios de recogida de documentos, etc. ¿qué pasa si se recoge una notificación oficial para un inquilino y éste no la recibe en el plazo legal? Todas estas situaciones pueden volverse contra el arrendador, que es el titular oficial del local, así que debería preverlas y tomar medidas para evitar verse perjudicado.

Puntos a tener en cuenta por los inquilinos



consulta el anexo III de este documento.

Desde el punto de vista de los inquilinos, se debe tener en cuenta que el local no es suyo, que las responsabilidades sobre ese local son del arrendador, pero también que los contratos de suministros y otros, estarán a su cargo. En todo caso, si quieres conocer detalladamente la legislación sobre los espacios de coworking,

ANEXO I

Perfiles de autónomos en la Comunitat Valenciana registrados en 2016

CLASIFICACIÓN	
Por sectores de actividad	 149.278 autónomos en servicios (78,2% del total) 11.830 autónomos en agricultura (6,2% del total) 20.261 autónomos en construcción (10,6% del total) 9.428 autónomos en industria (4,9% del total)
Por situación profesional	 147.464 sin asalariados (77,3% del total) 43.333 con asalariados (22,7% del total) 181.925 sin pluriactividad (95,4% del total) 8.872 con pluriactividad (4,6% del total)
Por sexo	122.218 varones (64,1% del total)68.579 mujeres (35,9% del total)
Por edad	 88.271 de 40 a 54 años (46,3% del total) 53.968 de 25 a 39 años (28,3% del total) 44.682 de 55 o más años (23,4% del total) 3.876 menores de 25 años (2,0% del total)
Por nacionalidad	- 166.794 españoles (87,4% del total) - 24.003 extranjeros (12,6% del total)
Por antigüedad en el negocio	 95.357 5 o más años (50,0% del total)3 22.928 de 3 a 5 años (12,0% del total) 39.980 de 1 a 3 años (21,0% del total) 15.809 de 6 a 11 meses (8,3% del total) 16.723 menos de 6 meses (8,8% del total)
Por base de cotización	 168.602 base mínima (88,4% del total) 5.499 entre 1,5 y 2 b/minima (2,9% del total) 8.969 entre b/mínima y 1,5 b/mínima (4,7% del total) 6.653 entre 2 y 3 b/mínima (3,5% del total) 1.074 más de 3 veces b/mínima (0,6% del total)

ANEXO II

Perfiles de usuarios de los espacios coworking

Perfil Autónomo:

Se trata del perfil más habitual y el primero que comenzó a demandar este tipo de servicios. Son profesionales que trabajan de forma solitaria principalmente, desde sus casas o incluso, en cafeterías que disponen de wifi para reuniones puntuales.

- Principales ventajas: En un espacio coworking evitan aislarse y vuelven a estar en contacto con el mundo laboral, lo que les permite en muchos sentidos reciclarse y generar contactos.
- Qué servicios demandan: alquiler de escritorio en modalidad de jornada completa.

Perfil PYME:

Este perfil es más reciente que el anterior. Las pymes han visto en los espacios coworking unas ventajas que no disponían mediante el alquiler de un pequeño local. Suelen estar formados por grupos de entre 2 y 5 personas. El uso de estos espacios supone una reducción de costes y en segundo lugar, les permite estar conectados con otros profesionales.

- Principales ventajas: OpenMind, ver la realidad de otras empresas, les permite conocer nuevas experiencias, identificar desviaciones y realizar mejoras, que no se habían planteado.
 - Colaboradores a escasos metros de distancia: se reduce la ardua tarea de búsqueda de colaboradores y se pone en marcha un contacto directo.
- Qué servicios demandan: despachos cerrados o zonas que se encuentren un poco más aisladas para evitar molestias al resto de *coworkers* y contar con una cierta privacidad.

Perfil Multinacional:

Probablemente, el perfil multinacional ha sido el último en unirse al movimiento coworking y por razones diferentes a los dos grupos anteriores. Obviamente, no necesitan instalaciones donde trabajar en su día a día, porque cuentan con grandes edificios corporativos, sin embargo ven en los espacios coworking unos ecosistemas perfectos para aumentar la creatividad y la motivación de sus empleados, ya sea en reuniones puntuales, sesiones de brainstorming o de design thinking.

- Principales ventajas: Motivación para sus equipos de trabajo, según la siguiente consigna: "si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo".
- Qué servicios demandan: Salas de reuniones o aulas. En muchas ocasiones, exigen que se puedan personalizar con su imagen corporativa a través de vinilos en las cristaleras (en el caso de que las salas cuenten con paredes o puertas de cristal) y que cuenten, con material corporativo/decorativo en el interior de la sala (rollers, posters, mobiliario, etc).

ANEXO III

Legislación sobre los espacios coworking

- Inscripción en el registro de contribuyentes, en el régimen que más convenga, simplificado o general.
- Solicitud de licencia de uso del suelo, edificación y construcción ante el municipio correspondiente, en su caso.
- Licencia de Apertura de Establecimientos ante el Ayuntamiento donde se radique la actividad.
- Ley de Protección de Datos, Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- Ley 31/1995, de 8 de Noviembre, Seguridad e Higiene en el Trabajo
- En cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, informa que los datos personales que se proporcionan deben ser incluidos en los ficheros automatizados de datos de carácter personal titularidad de la empresa de alquiler, cuya finalidad es la realización de tareas propias de la gestión de empresa en el ámbito de sus competencias. Si se desea se pueden ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose a cualquier punto de actividad empresaria

Se recomienda crear distintos tipos de contrato:

- Uno de arrendamiento de espacio de trabajo / local para coworkers permanentes.
- Otro de puro servicio para *coworkers* ocasionales o itinerantes.

Muchos emprendedores de espacios *coworking* son partidarios de crear un reglamento de uso del *coworking* para todos, en el que se especifiquen todas las cuestiones prácticas de uso de espacios y elementos comunes, turnos de reserva, etc.



PROGRAMA DE FOMENTO DE LOS ACUERDOS TERRITORIALES EN MATERIA DE EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2017

