



#plandenegocio

empresa de coworking

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....	10
3.1. Perfil de la persona promotora	10
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	11
4.1. Características de la oferta	11
4.2. Aspectos Diferenciales.....	13
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface	14
4.4. Propiedad Industrial e intelectual	15
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	16
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado	16
5.2. Análisis del entorno.....	23
5.3. Análisis de la demanda	26
5.4. Análisis de la competencia.....	31
6. PLAN DE MARKETING.....	33
6.1. Establecimiento de precios	33
6.2. Canales de distribución.....	34
6.3. Comunicación y promoción.....	35
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.....	37
7.1. Recursos físicos.....	37
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones	37
7.1.2. Equipamiento	37
7.1.3. Desarrollo productivo.....	38
7.2. Recursos humanos	39
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa	39
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo	40
7.2.3. Gestión de los recursos humanos	40
7.3. Forma jurídica	42
8. ANÁLISIS DAFO.....	43
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....	47
9.1. Inversión inicial	47
9.1.1. Activo no corriente.....	47

9.1.2. Activo corriente.....	48
9.2. Fuentes de financiación	49
9.3. Previsiones de ingresos.....	51
9.4. Costes de producción	54
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal.....	54
9.6. Previsión de tesorería	58
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios.....	60
10. PLAN DE ACCIÓN	65
10.1. Planificación de actividades	65
10.2. Guía de trámites	68
11. MAPA DE ACTIVIDAD	84

1. Resumen ejecutivo

La empresa nace con el objetivo de ofrecer un espacio de coworking en la zona EUROACE; formada por la Comunidad Autónoma de Extremadura, Alentejo y el Centro de Portugal.

El movimiento que ponen en práctica estos espacios de coworking, lleva duplicándose cada año desde 2006. Según la encuesta mundial sobre coworking llevada a cabo por la revista alemana especialista en este tipo de negocios, Deskmag; en la actualidad, hay más de 1.100 espacios en todo el mundo. Además de ello, la empresa española líder en equipamiento y optimización, Steelcase, anunció que los espacios de coworking se duplicarán en pocos meses gracias al fomento del emprendimiento.

Este negocio oferta espacios de trabajo en los que autónomos/as, empresarios/as individuales y freelance pueden llevar a cabo sus actividades empresariales sin necesidad de tener un despacho propio y permitiéndoles acortar todos los costes que ello implica. Por esta razón, estas personas pueden desarrollar su actividad en un espacio que cuenta con las infraestructuras necesarias para ello y junto a otros/as profesionales con los/as que pueden entablar relaciones.

Los aspectos diferenciales de la oferta del proyecto que se va a emprender vienen definidos en relación a los servicios, los precios, el asesoramiento y el trato personalizado. El negocio ofrece como paquete básico un conjunto de servicios muy amplio, la mayoría de los cuales, suponen un coste adicional si son contratados en las empresas competidoras. Esta empresa ofrece dentro del paquete básico un servicio de asesoramiento para la clientela de este negocio. Cabe destacar que desde la empresa se ve fundamental mantener buen trato y confianza con su clientela, por lo que busca adaptarse a las características y los objetivos de la misma.

Los servicios que presta esta empresa son muy amplios, al igual que las necesidades cubiertas a sus clientes/as. Las principales necesidades que satisface son: necesidad de disponer de las infraestructuras necesarias para poder llevar a cabo un buen desempeño del trabajo, necesidad de entablar relaciones con otros/as profesionales, necesidad de ahorrar en costes, necesidad de asesoramiento en materias relacionadas con la actividad llevada a cabo, necesidad de tener ayuda para distintos servicios (recepción telefónica y gestión de faxes, recepción de correspondencia y mensajería,...), etc.

Este proyecto será emprendido por una persona que se dará de alta en el Régimen de Autónomos/as, constituyéndose como empresario/a individual. La persona que va a impulsar este negocio posee la licenciatura conjunta en Administración y Dirección de Empresas y Derecho, por lo que presenta aptitudes para la gerencia y conocimientos en tareas administrativas.

El negocio se localizará en la región EUROACE, en un edificio de oficinas situado en un área con buenas vías de comunicación para poder facilitar la llegada de la clientela al negocio.

La demanda potencial de los servicios de coworking la componen todas aquellas personas autónomas, empresarias individuales o freelance que deseen llevar a cabo sus actividades en este tipo de espacios. En la Comunidad Autónoma de Extremadura, el número total de personas autónomas afiliadas a la Seguridad Social a fecha 30 de Septiembre de 2013, fue de 77.216 trabajadores/as. En la región Centro de Portugal la cifra de personas autónomas fue de 168.404 trabajadores/as y la de Alentejo fue de 57.884 trabajadores/as, para el año 2011. A pesar de la actual coyuntura económica, cabe destacar que el año 2013 está siendo un año de inflexión y el número de personas emprendedoras aumenta por primera vez desde el inicio de la crisis, con un ritmo medio de crecimiento diario de 54.

En este tipo de empresas es muy importante la capacidad organizativa y la formación de sus trabajadores/as, ya que son los/as encargados/as de su administración y control. La estructura organizativa de la empresa se encuentra dividida en tres áreas: área de administración, dirección y control, área de marketing y área de producción. Estas áreas serán llevadas a cabo, en principio, por dos personas. Además de ello, estas personas también serán las responsables de llevar a cabo las tareas propias de asesoría.

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y prestación de los servicios se requiere **una inversión inicial de 47.050 €** en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 48.000€, de los cuales 20.000 corresponden al capital aportado por la persona promotora del negocio y el resto (28.000 €) es deuda bancaria a largo plazo. Ya el primer año, el proyecto da resultados positivos, con un **beneficio antes de intereses e impuestos (BAII) al final del primer año de 14.800 €**. **Para el quinto año se prevé un BAII de 60.515 €** El punto de equilibrio se consigue en el mes 11 del año 1 con un **volumen de ingresos de 68.138,30 €**

2. Análisis de la idea y elección del negocio

Esta empresa ofrece espacios de trabajo en los que las personas autónomas o empresarias individuales pueden desarrollar sus labores empresariales sin necesidad de contar con un despacho propio y todos los costes que ello implica. De este modo, pueden trabajar en un espacio acondicionado para ello junto a otras personas profesionales con las que entablar relaciones.

El número de personas autónomas inscritas en la Seguridad Social en España durante el año 2011 fue de 3.409.008 trabajadores/as, mientras que en Portugal en el mismo año se encontraban inscritos 752.412 trabajadores/as. En la región Centro de Portugal la cifra de personas autónomas fue de 168.404 trabajadores/as y la de Alentejo fue de 57.884 trabajadores/as. En la Comunidad Autónoma de Extremadura, el número total de personas autónomas afiliadas a la Seguridad Social a fecha 30 de Septiembre de 2013, fue de 77.216. Cabe destacar que en los últimos meses en todas estas zonas se ha detectado una leve recuperación en el número de personas autónomas inscritas en la Seguridad Social, en referencia a la tendencia decreciente de los mismos desde el año 2008.

A continuación se muestra un conjunto de valores que se consideran fundamentales para la actividad de coworking:

Comunidad

Consiste en poner énfasis en la gente, sus interacciones y las relaciones que forman, sobre cualquier otra cosa. En cada espacio, cada decisión que se toma debe tener en cuenta a sus usuarios/as y las oportunidades que se crean para interactuar entre ellos/as. Alex Hillman, especialista en la materia y propietario de un espacio de coworking, sostiene que: “Si las relaciones entre los/as miembros del espacio de coworking son los tendones, la confianza es el músculo que hace que una comunidad de coworking sea fuerte y saludable”.

Accesibilidad

Un espacio de coworking es el único lugar en el mundo donde cada una de las personas que están en él, han elegido hacerlo. Un ambiente formado por participantes que han decidido formar parte de ello, crea un espacio de trabajo especialmente positivo y productivo. Los niveles excepcionales de productividad al trabajar en este tipo de espacios, provienen, por una parte, de la elección de cada persona usuaria por

sí misma de dónde trabajar y, por otra parte, de estar rodeadas de otras personas profesionales que también eligen dónde trabajar.

Apertura

El coworking fue creado por un grupo de personas defensoras de las metodologías de código abierto. Sus ideas de apertura son la razón principal por la que el movimiento existe, ya que el coworking es la elección personal de trabajar junto a otras personas en un lugar determinado, que cuenta con las infraestructuras necesarias para poder llevar a cabo su actividad.

Sostenibilidad

Consiste en tener en cuenta el entorno en el que se habita, ya que si no se tiene en cuenta el contexto, dejan de tener importancia el resto de los valores. Para ello, es necesario asegurarse de que lo que se está haciendo, pueda seguir llevándose a cabo durante tanto tiempo como exista la necesidad.

Colaboración

Este tipo de espacios permite que exista un enfoque en la formación de la confianza y relaciones más profundas entre las personas usuarias, ya que la política de oficina, las jerarquías y los planes de sucesión se eliminan de este ámbito. En los lugares de coworking, las personas pasan mucho más tiempo relacionándose con otros/as trabajadores/as que en una oficina tradicional. El coworking crea oportunidades para que las personas usuarias puedan colaborar en un ambiente caracterizado por un alto grado de relaciones.

Los objetivos del coworking son:

- Permite reducir gastos.
- Se opera en un entorno laboral con infraestructuras diferentes a las de las propias casas, ya que cuenta con sala de reuniones a disposición de los/as usuarios/as, proyector de vídeo, fotocopiadora y otros artículos de los que normalmente un hogar no dispone.
- Se dispone de un espacio abierto, con gente de diversas disciplinas con quien poder cooperar y generar sinergias.
- Se intenta conseguir que las personas usuarias de coworking colaboren entre sí, intercambiándose desde experiencias y consejos hasta contactos y clientes/as.

- Se dispone de espacios de trabajo, salas de reuniones y eventos donde se puede acceder a ideas de negocio sociales, innovación, conocimiento, oportunidades de mercado, inspiración y experiencia.

Con independencia del lugar en el que se haya trabajado anteriormente, el hecho de que los/as profesionales puedan llevar a cabo sus actividades en un espacio de coworking es mayoritariamente positivo. Para las personas emprendedoras que decidan iniciar un negocio de estas características, es necesario tener en cuenta la experiencia previa de sus clientes/as, ya que esto les puede aportar una preciada expectativa.

En comparación con las personas profesionales que desarrollan sus actividades en las oficinas convencionales, los/as usuarios/as de los espacios de coworking tienen como principal ventaja el aumento de la confianza.

Según la encuesta mundial de coworking llevada a cabo por la revista alemana “Deskmag”, que está especializada en este tipo de actividad, la mayoría de coworkers (término utilizado para designar a las personas usuarias de espacios de coworking) manifiestan que han aumentado su confianza en sí mismos/as casi un 90%. Posiblemente, esto se debe al alto grado de flexibilidad que proporciona este espacio y al hecho de poder llevar a cabo sus actividades rodeados/as de otros/as profesionales con los/as que pueden relacionarse.

En los lugares de coworking, las personas usuarias tienen la posibilidad de elegir su lugar de trabajo, las horas que se dedican a ello y el conjunto de profesionales con los/as que desean relacionarse; mientras que en las oficinas tradicionales las personas trabajan en una mesa de trabajo fija, con un horario definido en la mayoría de los casos y rodeadas de otras personas que trabajan en la empresa con las que existe la posibilidad que no deseen relacionarse. Es decir, con este tipo de espacios los/as usuarios/as tienen la posibilidad de elegir dónde desean realizar sus actividades, cómo llevarlas a cabo, cuándo hacerlo y con quién.

De esta forma, las personas usuarias tienen más posibilidades de ampliar su red profesional y frecuentemente se aprovechan de oportunidades para poder actualizar sus conocimientos. Es por ello, que los/as coworkers están más predispuestos/as a acudir a los eventos.

Por otro lado, a las personas usuarias de estos espacios les gusta más su nuevo lugar de trabajo, ya que el hecho de trabajar en casa hace que se sientan más aislados/as. La encuesta anteriormente citada, afirma que el 70% de los/as miembros de los espacios de coworking se sienten más sanos/as desde que trabajan en este lugar que cuando lo hacían desde la oficina tradicional.

Posiblemente, esto sea una causa de la forma de trabajo que se emplea en estos lugares, ya que es una manera de operar más auto-dirigida. Los/as coworkers suelen elegir lugares que se encuentran relativamente cerca de sus casas, que por término medio tardan 22 minutos en llegar, con lo cual se reduce en gran medida los niveles de estrés provocados por el desplazamiento diario.

Como se ha dicho anteriormente, los/as miembros se benefician de acabar con su aislamiento y de formar parte de una comunidad, pero los mayores beneficios que experimentan son: un aumento de la productividad (23% más que aquellas personas que trabajan en oficinas normales) y un aumento de sus ingresos (32% más).

La oportunidad que de todo ello se genera pretende ser aprovechada a través de este negocio, promovido por una persona profesional del sector servicios y con grandes inquietudes emprendedoras.

3. Equipo emprendedor

Este proyecto será emprendido por una persona que se dará de alta en el Régimen de Autónomos/as, constituyéndose como empresario/a individual.

3.1. Perfil de la persona promotora

La persona que va a impulsar este negocio es natural de Talavera la Real (Badajoz), tiene 30 años y posee la licenciatura conjunta en Administración y Dirección de Empresas y Derecho. Esta persona posee 3 años de experiencia profesional en el sector servicios, principalmente en la consultoría a empresas. De sus estudios y su experiencia se deduce que esta persona presenta aptitudes para la gerencia y conocimientos en tareas administrativas.

Entre sus competencias instrumentales, destacan: capacidad de organización y planificación, toma de decisiones y motivación de logro.

Entre sus competencias interpersonales, destacan: trabajo en equipo y habilidades interpersonales.

Entre sus competencias sistémicas, destacan: proactividad, creatividad, capacidad para adaptarse a nuevas situaciones e iniciativa y espíritu emprendedor.

Cabe destacar que esta persona domina el inglés en su plenitud.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

Esta empresa va ofrecer espacios de trabajo a un precio asequible donde personas emprendedoras y autónomas pueden llevar a cabo sus labores y mantener reuniones con sus clientes/as, compartir ideas, cafés, proyectos e ilusiones con otras personas emprendedoras y evitar los inconvenientes y el aislamiento que supone trabajar solo/a desde casa.

Los servicios concretos que se va prestar la empresa consisten en lo siguiente:

- Puesto de coworking.
- Internet.
- Sala de reunión y eventos.
- Material audiovisual (proyector de video, pantalla, pizarras,...).
- Equipos informáticos (ordenadores completos, impresoras multifunción, fax).
- Recepción de correspondencia y mensajería.
- Realización de actividades para fomentar sinergias y networking.
- Recepción telefónica y gestión de faxes.
- Prensa diaria.
- Gastos varios: luz, agua, limpieza, calefacción y aires acondicionados.
- Publicidad de las empresas de los/as clientes/as en la web.
- Domicilio social y fiscal.
- Asesoramiento.
- Servicio de telefonía IP.

Varios de estos servicios son ofertados como paquete básico y el resto son ofertados como servicios adicionales, cuya contratación supondrá un coste adicional para la clientela de los mismos:

PRESENTACIÓN DE SERVICIOS	
Paquete básico	
Puesto de coworking	
Internet	
Equipos informáticos	
Realización de actividades para fomentar sinergias y networking	
Prensa diaria	
Gastos varios	
Publicidad de las empresas de los/as clientes/as en la web	
Asesoramiento	
Servicios adicionales:	
Sala de reunión y eventos.	
Material audiovisual (proyector de video, pantalla, pizarras...).	
Recepción de correspondencia y mensajería.	
Recepción telefónica y gestión de faxes.	
Domicilio social y fiscal.	
Servicio de telefonía IP.	

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

Los servicios que presta esta empresa son muy amplios, al igual que las necesidades cubiertas a sus clientes/as. Las necesidades que satisface son:

- Necesidad de contar con un espacio de trabajo.
- Necesidad de entablar relaciones con otras personas profesionales.
- Necesidad de poder trabajar en un entorno agradable.
- Necesidad de disponer de diferentes infraestructuras de las que no se disponen en la propia vivienda.
- Necesidad de asesoramiento en materias relacionadas con su actividad.
- Necesidad de tener ayuda para distintos servicios como: recepción telefónica y gestión de faxes, recepción de correspondencia y mensajería, etc.
- Necesidad de material audiovisual por la carencia del mismo.
- Necesidad de conocimientos sobre su actividad.
- Necesidad de experimentar los valores que envuelven al espacio de coworking.
- Necesidad de ahorro en costes.

4.4. Propiedad Industrial e intelectual

Según la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), los títulos de Propiedad Industrial se refieren a las Invenciones (Patentes y modelos de utilidad), los Diseños Industriales (protegen la apariencia externa de los productos), los Signos Distintivos (protegen combinaciones gráficas y/o denominativas que ayudan a distinguir en el mercado unos productos o servicios de otros similares ofertados por otros agentes económicos) y las Topografías de Productos Semiconductores (protegen el esquema de trazado de las distintas capas y elementos que componen un circuito integrado, su disposición tridimensional y sus interconexiones, es decir, lo que en definitiva constituye su "topografía").

De todos los títulos de Propiedad Industrial, a la empresa de coworking le interesa proteger su signo distintivo o marca comercial, que la empresa utilice para distinguir sus servicios de los servicios prestados por las empresas competidoras. En este sentido, deberá atender a la regulación contenida en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Según el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, la propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a las personas autoras y a otras titulares (artistas, productores/as, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación. Son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro. Por lo tanto, la propiedad intelectual no es aplicable a este tipo de negocios.

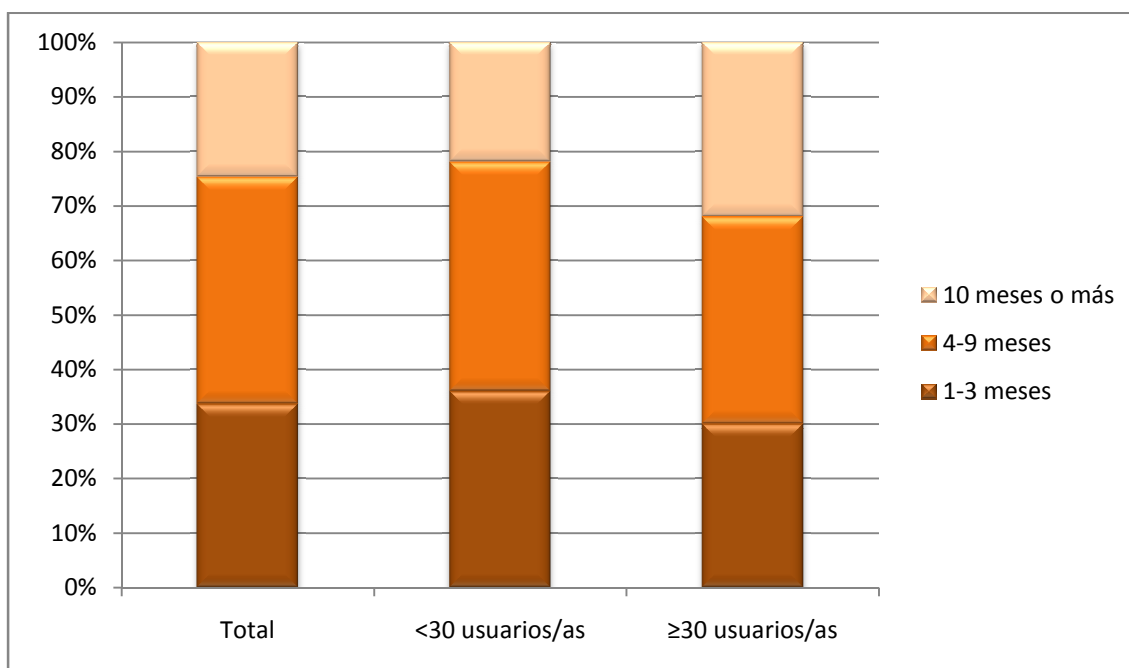
5. Análisis del mercado

5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

El movimiento que ponen en práctica estos espacios de coworking, lleva duplicándose cada año desde 2006. Según la encuesta mundial sobre coworking llevada a cabo por la revista alemana especialista en este tipo de negocios, en la actualidad, hay más de 1.100 espacios en todo el mundo.

La mayor parte de estos negocios se encuentran todavía en la fase de asentamiento en el sector, ya que al ser nuevos, se están adaptando a este tipo de actividades. Un espacio de coworking tarda una media de siete meses hasta abrir sus puertas y, si el negocio piensa tener una gran cantidad de personas usuarias desde el primer momento, el tiempo de planificación aumenta de forma significativa. Esto siempre va a depender de muchos factores como las infraestructuras necesarias, el número de personas usuarias deseadas, el capital disponible, etc. A pesar de que la media para que el negocio abra sus puertas esté situada en los siete meses, el estudio revela que algunos negocios son más rápidos, ya que según el mismo, un tercio de estos abre sus puertas después de tan sólo tres meses.

En el siguiente gráfico se puede observar los meses que transcurren hasta la apertura del negocio en función del tamaño del espacio según el número de personas usuarias y del total de negocios, para el año 2012:

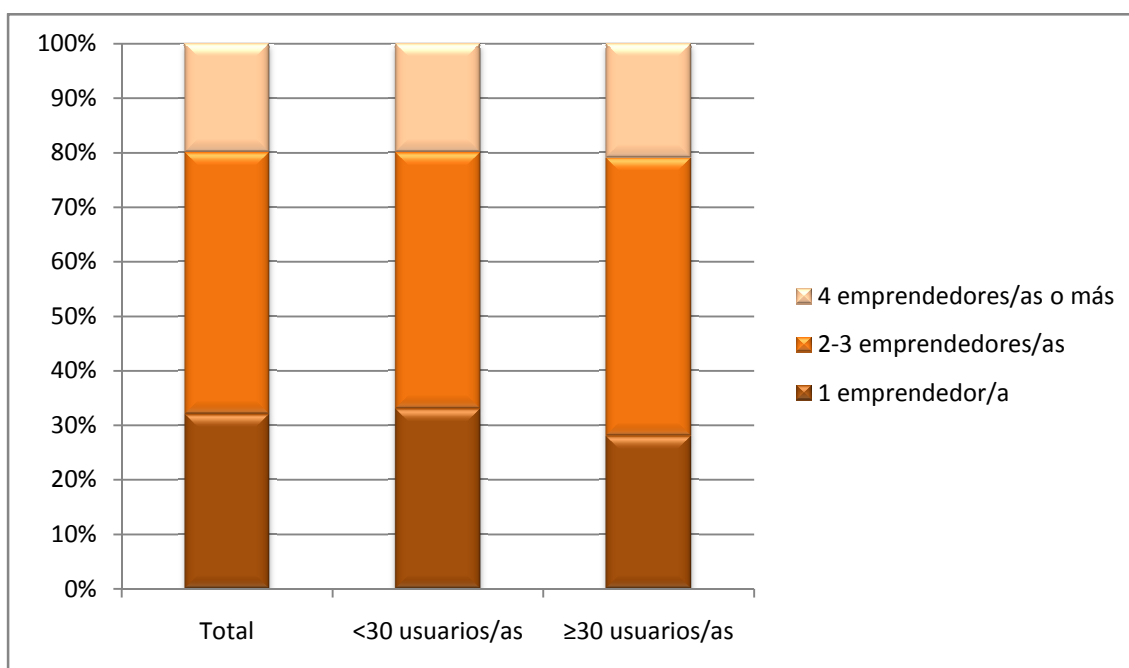


Fuente: Deskmag. Elaboración propia.

Debido a que unas estaciones son más productivas que otras, la mayor parte de los lugares de coworking se crean en septiembre, octubre y enero. Estos son los meses más fuertes en cuanto a la creación de nuevos negocios. En general, diciembre es el mes más tranquilo, debido a la celebración de la Navidad en casi todos los países.

El promedio de personas emprendedoras relacionadas con la creación de un espacio de coworking emergente es de 2,8. En el caso de los espacios pequeños con capacidad para menos de diez coworkers, el número medio de personas fundadoras es de 2,2. A pesar de ello, según el estudio, un tercio de los espacios de coworking pequeños cuentan con una única persona emprendedora. Los grandes espacios con más de 50 usuarios/as tienen una media de cuatro personas fundadoras.

El gráfico detalla el porcentaje de personas emprendedoras que llevan a cabo el desarrollo del espacio de coworking en función del número de usuarios/as con el que cuente el negocio y del total de negocios en el año 2012:



Fuente: Deskmag. Elaboración propia.

Alrededor de un 80% de los espacios de coworking son establecidos y gestionados por una empresa privada, mientras que cerca del 13% son organizaciones sin ánimo de lucro y el resto son instituciones gubernamentales o cualquier otro tipo de entidad. La mayor parte de los espacios sin ánimo de lucro son pequeños espacios de coworking.

Las personas emprendedoras de este tipo de negocios necesitan disponer de un determinado capital para afrontar los gastos que supone este proyecto. En Estados Unidos, el gasto medio fue de 58.000\$, mientras que en los países de la zona euro el

coste de apertura de un espacio de coworking rondó los 46.500€. Según el tipo de cambio actual entre ambas divisas, se puede afirmar que el nivel de inversión es similar en ambas zonas.

Es obvio saber que cuesta menos abrir un espacio pequeño de coworking que uno grande. Un espacio de trabajo con una capacidad máxima de 30 miembros cuesta alrededor de 34.500 € o 45.000 \$, mientras que el gasto medio aumenta según el tamaño del mismo.

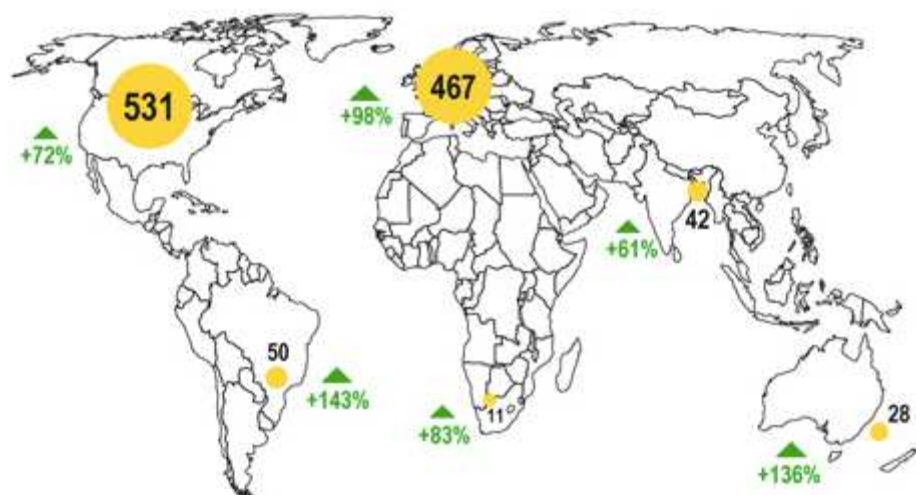
Dos tercios de las personas emprendedoras requieren de su propio capital. El 13% de estas acuden a pedir ayuda a amigos/as o familiares, el 7% solicita préstamos bancarios y el 5% recurre a capitales riesgosos.

En la encuesta se observan grandes diferencias en cuanto a la financiación de los espacios de coworking dependiendo del tamaño de los mismos. De esta forma, los espacios grandes se crean con menos capital de las personas emprendedoras y más préstamos bancarios e inversión privada, mientras que los espacios pequeños suelen atraer algo más de financiación pública.

Las personas emprendedoras de espacios que aún se encuentran en la fase de planificación afirman que su principal problema, con diferencia, consiste en encontrar capital (43%). A uno de cada tres espacios de trabajo futuros le preocupa conseguir suficientes miembros para su espacio. En tercer y cuarto puesto en la lista de problemas se encuentra la ubicación adecuada (23%) y los cofundadores/as que emprenden (21%).

La actividad de coworking está mayoritariamente presente en grandes y pequeñas ciudades que en ciudades medianas. En 2011, la mayoría de los nuevos espacios de coworking se crearon en ciudades con más de un millón de habitantes. Por consiguiente, la segunda mayor zona de crecimiento se registró en poblaciones con menos de 50.000 habitantes, en las que se abrieron más espacios de coworking nuevos que en ciudades medianas.

A continuación se muestra una imagen en la que se puede observar el número de espacios de coworking por continente en Noviembre de 2011. Los porcentajes muestran el incremento de estos espacios en esos lugares en relación con los datos obtenidos en Noviembre de 2010:



Fuente: Deskmag.

En el desarrollo de los lugares de coworking intervienen tanto el espacio en sí mismo como el espacio que se encuentra en torno a él.

Los espacios de coworking europeos tienden a tener unas conexiones más profundas entre ellos, ya que la conexión física surge más fácilmente en lugares con mayor densidad de población. Los resultados también muestran que trabajar en un espacio de coworking es bueno para la salud, especialmente en EEUU.

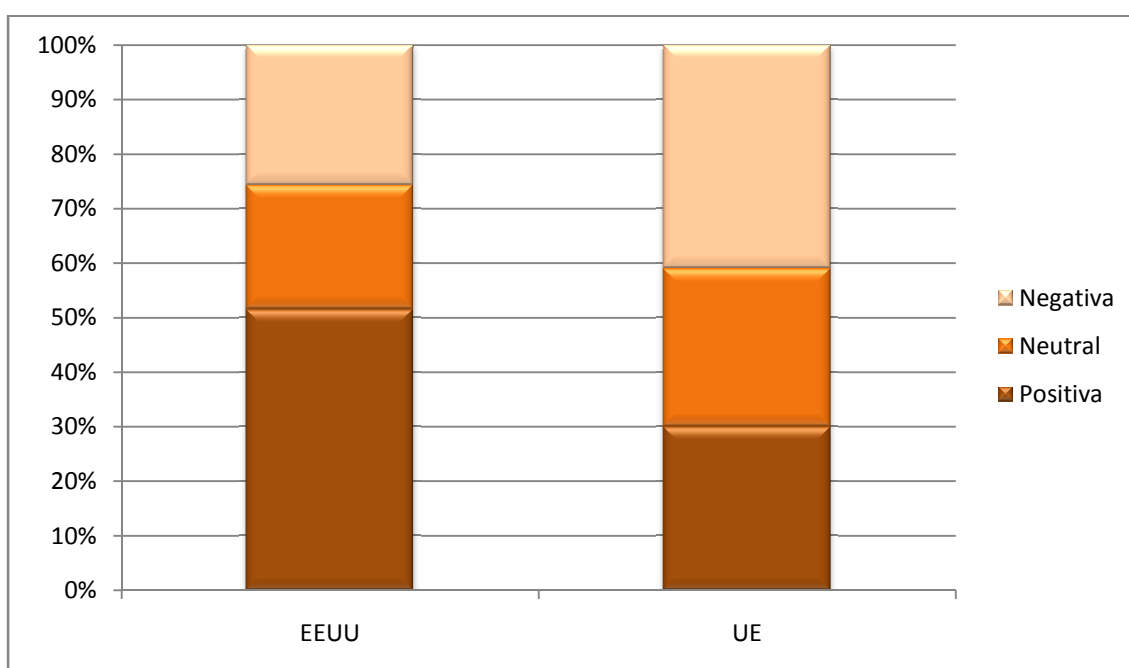
Debido a la extensión geográfica de Estados Unidos, si un espacio de coworking abre sus puertas, desde el comienzo tendrá el doble de puestos disponibles para miembros que en la Unión Europea, ya que posee un mayor espacio para ocupar de media y, como consecuencia de ello, precios de alquiler más bajos por espacios mayores.

La mayor parte de los espacios de coworking europeos están situados en las ciudades con mayor densidad de población, con un 54% del total. Además, se puede afirmar que el 70% de todos/as los/as coworkers europeos/as se encuentran en grandes ciudades.

El hecho de que se posea un espacio mayor, no significa la necesidad de un número de miembros mayor, sino que existe esa opción en caso necesario. En Estados Unidos existe una correlación directa entre el tamaño del espacio y el número de miembros. Los espacios de coworking americanos tienen una media de 44 miembros, mientras que en Europa la media está en torno a los 30.

Un hecho destacable es que los espacios de coworking europeos operan con frecuencia a plena capacidad, y esto se traduce en una pérdida de rentabilidad, ya que llegan más tarde al punto de equilibrio financiero. El espacio limitado conlleva un menor nivel de rentabilidad. Esa es la razón por la que los espacios europeos se están expandiendo casi a la misma velocidad que los espacios americanos. Casi dos tercios de los espacios de coworking en ambas zonas se han expandido o se expandirán este año. En Europa la expansión es con mayor frecuencia hacia espacios vecinos, incluyendo locales contiguos a los actuales.

En el próximo gráfico se muestra la rentabilidad proporcionada por los espacios de coworking en los Estados Unidos y en la Unión Europea en el año 2012:



Fuente: Deskmag. Elaboración propia.

Si se posee un mayor espacio, esto permite tener una mayor variedad o diferenciación en las distintas zonas de trabajo. Dicho esto, en Estados Unidos las infraestructuras de los negocios tienden a ofrecer una combinación de amplias áreas de trabajo abiertas y pequeñas oficinas privadas, así como puestos con mayor flexibilidad. Los espacios de coworking en Europa se caracterizan más a menudo por poseer grandes espacios de trabajo abiertos con puestos fijos para los/as distintos/as usuarios/as. La posibilidad de contar con espacios mayores en el negocio, está relacionada con la realización de eventos en los mismos. En los espacios americanos la media de eventos al mes está situada en 7, mientras que la de los espacios europeos se encuentra en 5.

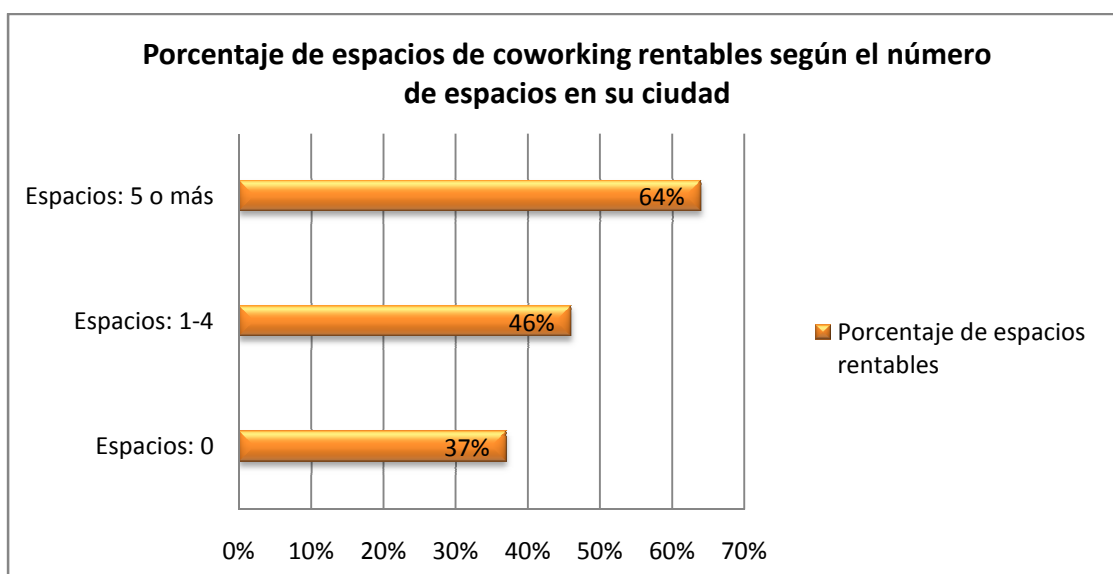
La amplitud de los espacios también está relacionada con el grado de interacciones entre los/as coworkers. En Europa, los/as usuarios/as se relacionan más con los/as otros/as coworkers y de una forma más fuerte y constante que en Estados Unidos. La preferencia de los/as usuarios/as de estos espacios en las diferentes zonas, también es un hecho destacable. Los/as usuarios/as de EEUU buscan más la comunidad, mientras que los/as usuarios/as europeos/as prefieren horarios de trabajo flexibles.

Tanto en EEUU como en la UE, la mayoría de los/as miembros de espacios de coworking se sienten menos aislados/as, han expandido sus redes sociales y han aumentado su productividad y su confianza en ellos/as mismos/as casi en la misma proporción.

Evolución

El movimiento que desarrolla la actividad de coworking se está expandiendo tanto a nivel mundial como a nivel de ciudad. Según este estudio, cuantos más espacios de coworking hay en una ciudad, más beneficioso es para todo, a la vez que se genera una mayor rentabilidad. En las ciudades en las que hay mucha actividad de coworking se alcanza la rentabilidad con mayor rapidez que en aquellas ciudades en las que hay espacios aislados.

En el siguiente gráfico se puede observar el porcentaje de espacios de coworking que son rentables en relación con el número de espacios que se encuentran en la misma ciudad:



Fuente: Coworking Spaces. Elaboración propia.

El espacio de coworking que lleva un año y medio funcionando, en promedio cuenta con 38 miembros, repartidos en 44 puestos. La tasa media de ocupación de puestos es del 108%. La tasa de ocupación en los espacios de mayor tamaño es más considerable, ya que alcanza un 172% de media en los espacios con 100 o más puestos. Esto se debe a que los/as miembros de estos espacios no trabajan todos/as al mismo tiempo, ya que la principal característica es la flexibilidad que les proporciona a sus miembros para que puedan llevar a cabo su actividad, por lo tanto, distribuye la demanda y permite una mayor utilización de los puestos de trabajo.

Los espacios más pequeños tienen más probabilidades de estar ocupados en cualquier momento, ya que cuentan con más puestos fijos y menos horas de apertura.

La mayor parte de los espacios que se crean, tienen como objetivo principal crecer. Según la encuesta llevada a cabo por Deskmag, el espacio de coworking medio declaró un crecimiento en torno al 30% en referencia al número de miembros desde cuando abrieron hasta la actualidad.

La empresa española líder en equipamiento y optimización, Steelcase, anunció que los espacios de coworking se duplicarán en pocos meses gracias al fomento del emprendimiento.

5.2. Análisis del entorno

La euronregión EUROACE se extiende al espacio geográfico del Alentejo, Región Centro de Portugal y Extremadura. Cuenta con una extensión aproximada de 92.500 km² en la que residen 3.388.563 personas (6% de la población peninsular). El territorio EUROACE equivale casi a la quinta parte de la superficie de España y supera en extensión a Portugal.

Su localización estratégica en el suroeste peninsular y respecto de grandes áreas metropolitanas de la península ibérica (Madrid, Lisboa, Sevilla, Oporto), así como de la fachada atlántica y la diagonal continental, confiere a la EUROACE una posición privilegiada en el marco de la nueva Estrategia Territorial Europea.

Su estructura territorial cuenta con una buena red de ciudades medias y pequeñas, con una adecuada dotación de servicios y con fácil accesibilidad extrarregional, que se verá incrementada próximamente con el tren de alta velocidad.

Aspectos legales del coworking

Los espacios de coworking están cada vez más extendidos en España. Por una parte, la necesidad de atenuar los gastos fijos hace que los/as usuarios/as puedan compartir su espacio de trabajo. Por otra parte, se encuentra la ventaja que supone compartir experiencias y crear sinergias entre los/as miembros.

Hay que tener en cuenta una serie de aspectos legales a la hora de desarrollar este tipo de negocio; además de las licencias y permisos necesarios para poder abrir la empresa, se debe tener en cuenta la legislación laboral, ya que se trata de un lugar de trabajo. Esta serie de aspectos legales afecta tanto a la persona emprendedora que decide crear el espacio de coworking como a los/as usuarios/as de los mismos.

Desde el punto de vista formal se deben tener en cuenta distintas circunstancias: que el local sea propiedad de la persona emprendedora del espacio de coworking o que sea alquilado. Para el primer caso, no existe ningún tipo de problema, ya que puede arrendar el espacio a otra persona. Para el segundo caso, el problema que existe es que a la hora de formalizar el contrato de arrendamiento del local de negocio, hay que

asegurarse de que el mismo permita el subarriendo, ya que de esta forma la persona propietaria del local no puede poner problemas.

También puede suceder que la persona emprendedora vaya a tener como actividad principal la cesión del espacio y la prestación de servicios a sus miembros o bien que tenga otra actividad y que simplemente comparta el espacio que no necesita. En cualquiera de los casos es pertinente que declare ese arriendo como actividad económica.

El hecho de ser persona arrendadora supone una responsabilidad frente a los/as miembros del espacio de coworking, además de ante terceras personas. En primer lugar hay que tener en cuenta que es conveniente que se constituya un contrato con los deberes y obligaciones de las partes y las responsabilidades que asume cada persona.

Es adecuado que quede claro el funcionamiento del espacio, los servicios que éste ofrece, los horarios, las condiciones de pago y las consecuencias de infringir las normas marcadas. Cuanto más claro esté todo menos problemas habrá posteriormente.

Se debe tener en cuenta que ante situaciones adversas como por ejemplo: si se producen inspecciones y se tienen trabajadores/as sin asegurar o se realizan actividades no declaradas, si se recoge una notificación oficial para un/a usuario/a y éste/a no la reciba en el plazo legal,... la persona titular oficial del local es la responsable de ello, por lo que debería prevenir y tomar medidas para evitar este tipo de situaciones.

Desde el punto de vista de los/as miembros de estos espacios, se debe tener en cuenta que el local no es de ellos/as, que las responsabilidades sobre ese local son de la persona arrendadora, pero también que los contratos en los que consten los servicios prestados estarán a sus respectivos nombres.

En España el movimiento del coworking es relativamente nuevo y en la actualidad no existe ninguna legislación específica para este tipo de espacios.

Ayudas para emprendedores/as

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se presentan. En la web <http://activacionempresarial.gobex.es> aparecen las subvenciones vigentes y se va actualizando constantemente. Por ello, será conveniente revisarlas en el momento de creación de la empresa para considerar cuál podrá resultar de interés para el negocio.

5.3. Análisis de la demanda

La demanda potencial de los servicios de coworking la componen todas aquellas personas autónomas, empresarias individuales o freelance que deseen llevar a cabo sus actividades en este tipo de espacios.

La cartera de clientes/as no estará especializada en ningún sector de actividad, teniendo, por tanto, cabida todas aquellas personas profesionales que deseen acceder al mismo, con independencia del tipo que sean o de la actividad que desarrollen.

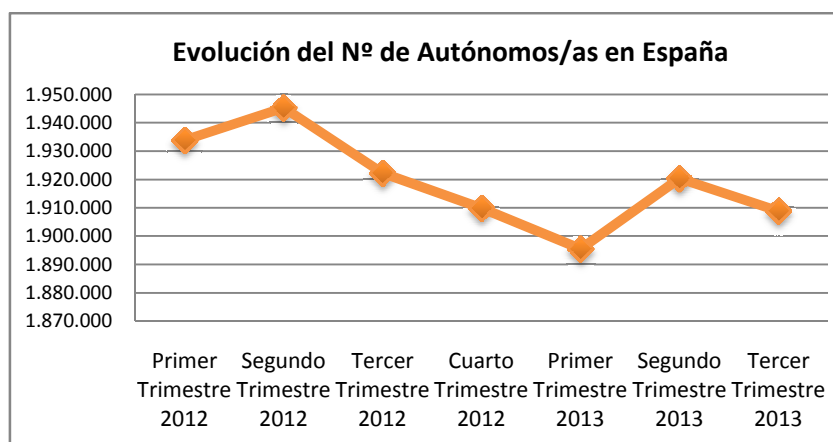
España

Según un informe publicado por la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores/as Autónomos/as, ATA, en diciembre de 2013 para analizar la situación del colectivo de autónomos/as y cómo ha cambiado desde que inició la crisis económica, las perspectivas para este colectivo parecen ser optimistas.

No cabe duda de que el colectivo de autónomos/as se ha visto gravemente afectado por la actual coyuntura económica y entre mayo de 2008 y diciembre de 2012 han sido 382.948 las personas autónomas que ha perdido el RETA, pasando de 3.407.600 autónomos/as en mayo de 2008 a 3.024.652 en diciembre de 2012. Por el contrario, a falta de un mes de finalizar el año, el número de personas emprendedoras ha aumentado en 17.944 autónomos/as en 2013.

Así, se comprueba cómo 2013 está siendo el año de inflexión y el número de personas emprendedoras aumenta por primera vez desde el inicio de la crisis, con un ritmo medio de crecimiento diario de 54 nuevas personas emprendedoras.

En el siguiente gráfico se muestra la evolución del número de personas autónomas en España entre 2012 y 2013.



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.

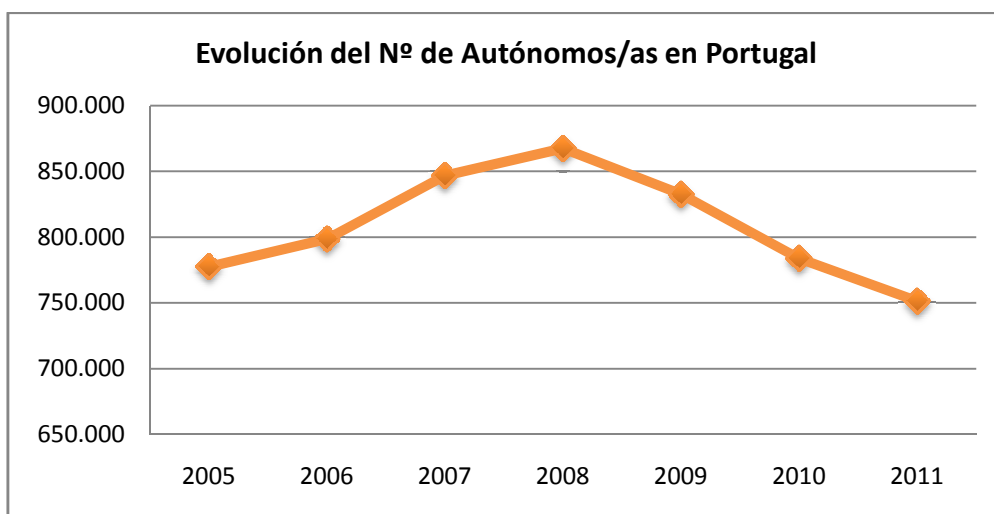
Se puede advertir cómo la evolución del número de personas autónomas en España sigue una tendencia general bajista, la cual no ha cambiado desde que se produjese el máximo histórico en mayo de 2008 en el volumen de personas autónomas dadas de alta en España.

A 30 de Septiembre de 2013, el número de personas autónomas inscritas en la Seguridad Social de España era de 1.908.918 trabajadores/as.

No obstante, se advierte un discreto repunte.

Portugal

El gráfico siguiente muestra la evolución del número total de personas autónomas de Portugal entre 2005 y 2011.

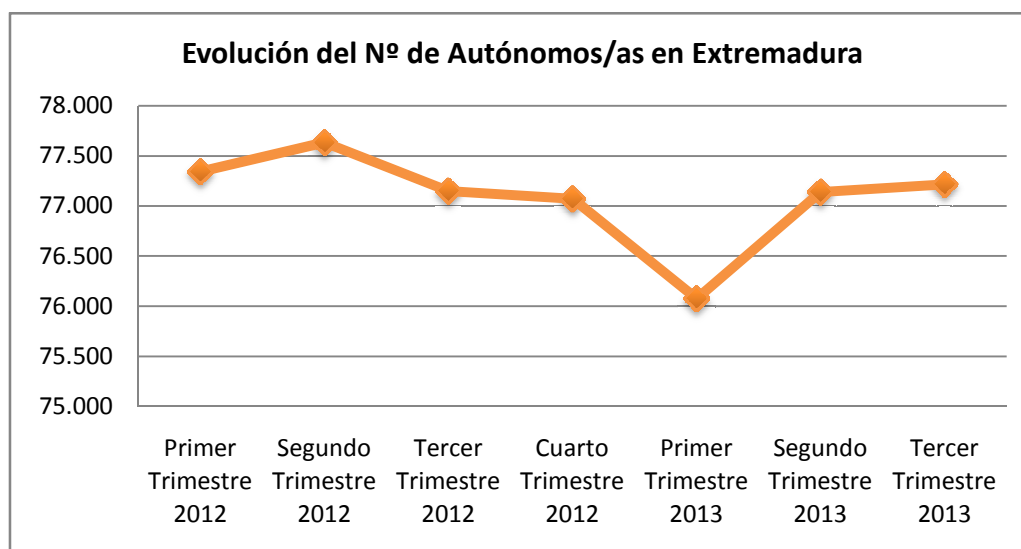


Fuente: INE Portugal. Elaboración propia.

Al igual que en el caso español, se puede observar como el número máximo de personas autónomas se encuentra en el año 2008, cuando el volumen de autónomos/as dados de alta en la Seguridad Social portuguesa era de 867.488 trabajadores/as. A partir de este año se puede apreciar una caída en el número total de personas autónomas, situándose en 2011 en 751.412 trabajadores/as.

Extremadura

En Extremadura, la evolución en el último año, parece ser más positiva que a nivel nacional. En el gráfico que se muestra a continuación se aprecia la evolución del número total de personas autónomas dadas de alta en la Seguridad Social en Extremadura entre los años 2012 y 2013.

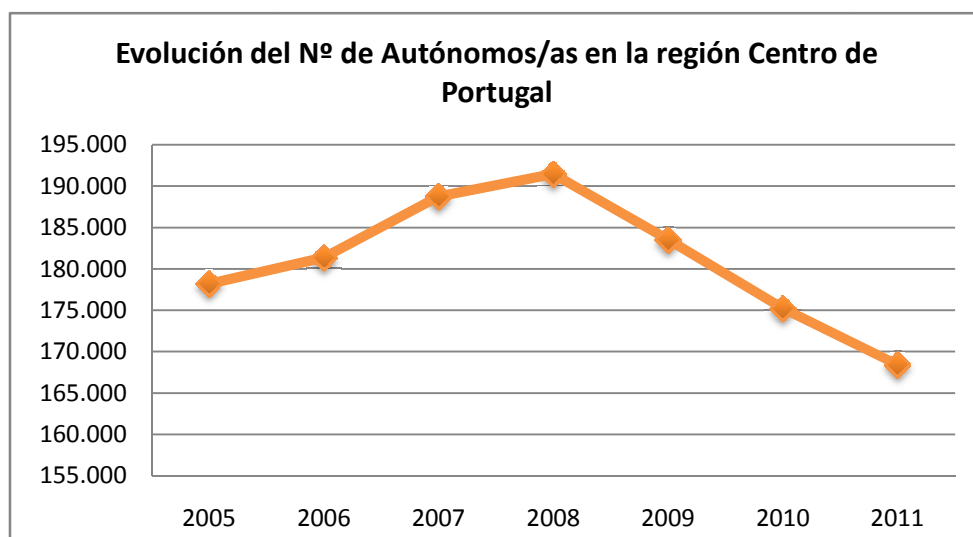


Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.

Se puede observar cómo hasta el primer trimestre de 2013 la evolución del número de autónomos/as muestra una tendencia negativa y a partir de ese momento comienza a incrementarse. A fecha 30 de Septiembre de 2013, el número total de autónomos/as dados de alta en la Seguridad Social en Extremadura era de 77.216 trabajadores/as.

Centro de Portugal

En las regiones de Portugal, la evolución es similar al país luso. En el siguiente gráfico se puede observar la evolución del número total de personas autónomas de la región de Centro de Portugal entre los años 2005 y 2011.

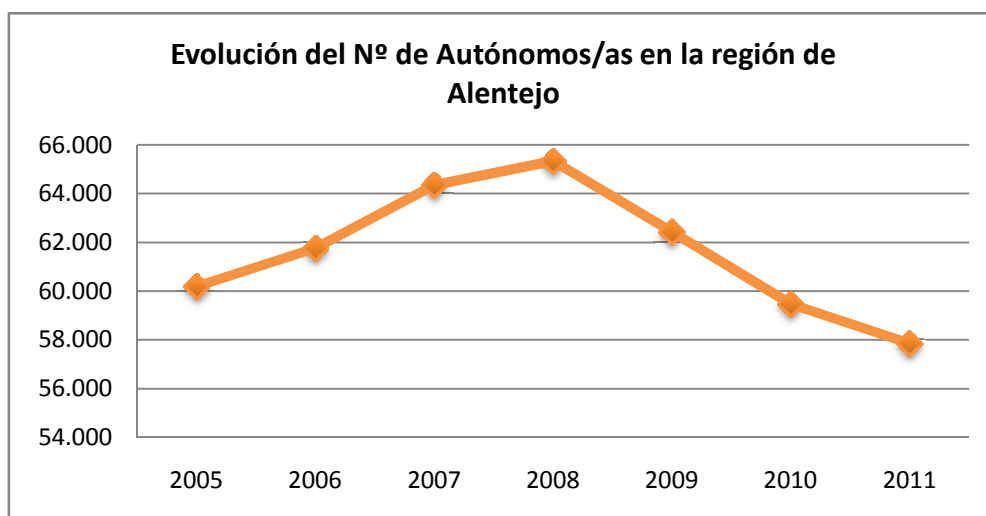


Fuente: INE Portugal. Elaboración propia.

Al igual que en el caso portugués en general, se puede observar como el número máximo de autónomos/as se encuentra en el año 2008, cuando el volumen de autónomos/as dados/as de alta en la Seguridad Social portuguesa era de 191.450 trabajadores/as. A partir de este año se puede apreciar una caída en el número total de personas autónomas, situándose en 2011 en 168.404 trabajadores/as.

Alentejo

En el próximo gráfico se puede observar la evolución del número total de personas autónomas en Alentejo entre los años 2005 y 2011.



Fuente: INE Portugal. Elaboración propia.

Nuevamente, al igual que en el caso portugués y español, el número máximo de autónomos/as inscritos en la Seguridad Social se encuentra en el año 2008, con 65.327 trabajadores/as. En el año 2011, el número total de autónomos/as era de 57.854 trabajadores/as.

De esta manera, a pesar del descenso en el número de personas autónomas, éstas suponen una parte importante en el tejido empresarial de la zona. Un gran porcentaje de las empresas nuevas que se constituyen son emprendidas por autónomos/as, cuyo crecimiento está comenzando a ser positivo.

Se puede afirmar que la demanda potencial será en principio aquellas empresas geográficamente más cercanas al espacio de coworking. Como éste se situará en Badajoz, la demanda estará integrada por 120 organismos autónomos y 23.182 personas físicas (datos del Directorio Central de Empresas para el año 2013). De ellos habría que filtrar por tipo de actividad, puesto que serán las empresas del sector servicios las que en mayor medida demanden los servicios de coworking.

Por otra parte, la demanda de espacios de coworking parece estar asentada en España. En la siguiente imagen se puede comprobar cómo España encabeza la lista mundial de países con mayor índice de volumen de búsquedas de Coworking. También se puede observar cómo Portugal se encuentra en quinto lugar como país con mayor índice de búsqueda.



Fuente: Google Insights.

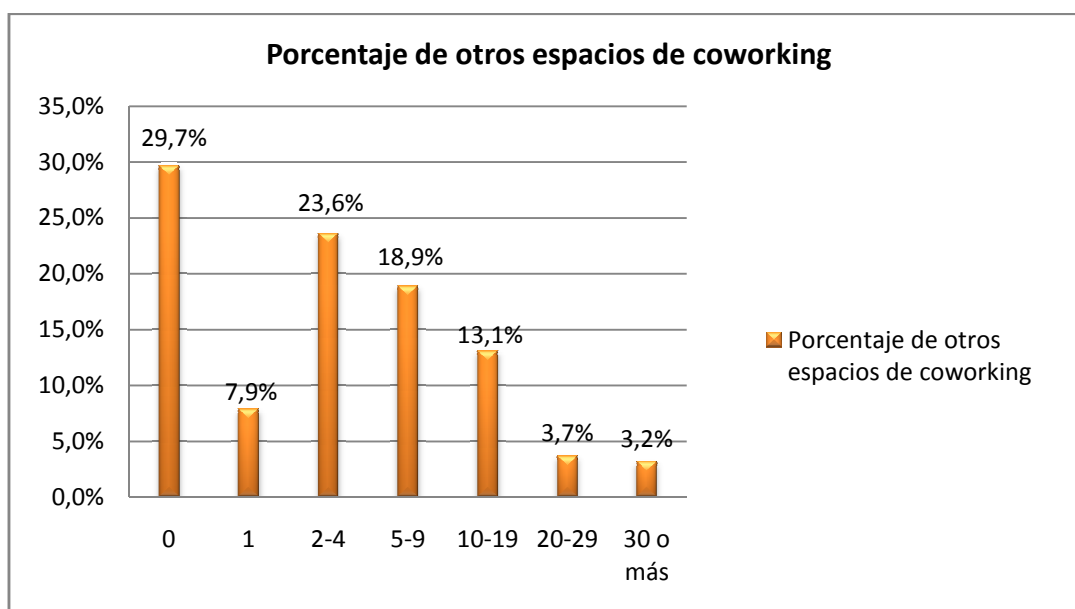
5.4. Análisis de la competencia

La competencia media de un espacio de coworking en la misma ciudad es de 5,3 espacios. A la vez, uno de cada tres espacios funciona sólo en su mercado. Los datos de la encuesta mundial sobre coworking muestran que, de media, los espacios de coworking que actúan en solitario tienen el doble de probabilidades de no ser rentables que los que cuentan con mucha competencia.

La razón de ello puede ser que al haber más espacios en una ciudad, es más fácil comunicar el concepto de coworking y llega a más gente que si sólo hay un espacio en ella. Además, esto ofrece una oportunidad para que los espacios puedan introducirse en ciudades en las que hay una gran demanda y en las que, según la experiencia de otros espacios existe un mercado.

Se pueden considerar como competidores de este negocio todos los espacios de coworking y centros de emprendimiento público situados en la zona de EUROACE (Extremadura, Alentejo y Centro de Portugal).

A continuación, se muestra un gráfico en el que se puede contemplar el porcentaje de ciudades en función del número de espacios de coworking que tienen (datos medios a nivel mundial para el año 2012).



Fuente: Coworking Spaces. Elaboración propia.

Se puede observar que lo más común es que no exista ningún espacio de coworking en la ciudad, puesto que hay un 29,7% de ciudades a nivel mundial que no tienen

ningún espacio de coworking. Lo siguiente más habitual lo conforman las ciudades en las que hay entre 2 y 4 espacios de coworking, con un porcentaje del 23,6%.

Hay que hacer mención aquí a los centros de emprendimiento público. Son espacios ofrecidos por los entes públicos que sirven de incubadora para las nuevas empresas mediante el asesoramiento, los espacios de trabajo compartidos y la formación para personas emprendedoras.

Actualmente en Extremadura se encuentran 10 competidores entre espacios de coworking y centros de emprendimiento público, repartidos entre Cáceres, Badajoz, Mérida, Navalmoral de la Mata, Coria, Villanueva de la Serena, Plasencia y Almendralejo.

No obstante, sus plazas son limitadas y no llegan a cubrir la demanda.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

Varios de los servicios prestados por la empresa son ofertados en un paquete básico y el resto son ofertados como servicios adicionales, cuya contratación supondrá un coste adicional para la clientela de los mismos:

- Paquete básico (Puesto de coworking, internet, equipos informáticos, realización de actividades para fomentar sinergias y networking, prensa diaria, gastos varios, publicidad de las empresas de los/as clientes/as en la web, asesoramiento). El precio de este paquete varía en función del tiempo en el que se desarrolle la actividad:

	Tiempo Completo	Mañanas Lunes-Sábado (8:00 a 14:00)	Tardes Lunes-Viernes (14:00 a 20:00)
Mensual	180€ + IVA	115€ + IVA	85€ + IVA
Semanal	55€ + IVA	40€ + IVA	30€ + IVA
Diario	18€ + IVA	12€ + IVA	8€ + IVA

- Servicios adicionales:
 - o Sala de reunión y eventos: 12€/hora.
 - o Material audiovisual (proyector de video, pantalla, pizarras,...): 4€/ hora.
 - o Recepción de correspondencia y mensajería: 15€/mes.
 - o Recepción telefónica y gestión de faxes: 20€/mes.
 - o Domicilio social y fiscal: 8€/mes.
 - o Servicio de telefonía IP:

Tarifas	Precios
Tarifa plana de 800 minutos a fijos nacionales e internacionales	20€/mes + IVA
Tarifa plana de 1.000 minutos a fijos y 100 minutos a móviles nacionales e internacionales	35€/mes + IVA
Tarifa plana de 3.000 minutos a fijos y 500 a móviles nacionales e internacionales	50€/mes + IVA

6.2. Canales de distribución

Los servicios prestados por este negocio tienen cuatro posibles canales de distribución:

1. Venta directa a la clientela: Los/as usuarios/as de la empresa de Coworking pueden desplazarse a la propia oficina y allí informarse de todos los servicios prestados por ésta. A cada cliente/a se le enseña las infraestructuras del negocio y se le detallan los diferentes servicios de los que dispone.
2. Venta a través de la página web: La clientela puede acceder a la web corporativa de la empresa, desde la que pueden informarse de los distintos servicios que ésta ofrece, así como visualizar imágenes de las infraestructuras de las que dispone el negocio y contratar los servicios.
3. Venta telefónica: Los servicios pueden contratarse, de igual manera, a través del contacto telefónico. A través de este medio, la persona usuaria puede pedir todo tipo de información y llegar a un acuerdo con la empresa. La empresa se anunciará en los principales directorios, por lo que será un medio accesible para la clientela.

6.3. Comunicación y promoción

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientela.

Público objetivo

El público objetivo de la campaña estará integrado por empresas (personas autónomas, freelance y empresarios/as individuales) que no suelen tener asalariados y que desarrollan su actividad principalmente en el sector servicios.

Mensaje

El mensaje que se pretende transmitir es que la empresa ofrece todos los servicios e infraestructuras necesarios para que sus usuarios/as puedan desarrollar sus actividades de forma cómoda y segura.

Estrategia

Las estrategias de comunicación van a ser las siguientes:

1. Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en ofrecer diversos servicios e infraestructuras para el desarrollo de la actividad por parte de su clientela. El objetivo es ofrecer una imagen profesional y totalmente involucrada con aquellas personas que son trabajadores/as únicos/as.
2. Comunicación externa: La comunicación externa se abarcará mediante las siguientes acciones:
 - a. Marketing one to one: Consistente en la personalización de la oferta en función de las necesidades de la clientela, que se determinarán mediante las distintas conversaciones que se entablen con la misma.
 - b. Marketing directo. Para ello, la empresa llevará a cabo acciones publicitarias directas mediante:
 - i. E-mailing. Envío de información a través de correo electrónico a una serie de personas que han sido seleccionadas por su posible interés sobre un asunto.
 - ii. Se llevará a cabo un registro en los principales directorios del sector.

- iii. La empresa dispondrá de una página web en la que ofrecerá todos sus servicios.
- c. Marketing indirecto. Tiene lugar por las recomendaciones que los/as clientes/as realizan a terceras personas. Para ello se utilizarán las posibilidades que permiten las redes sociales.

Este plan se pondrá en marcha antes y durante el primer año de funcionamiento de la empresa. Va a suponer un coste inicial importante.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

7.1. Recursos físicos

7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

En este tipo de negocios no prevalece la ubicación de la oficina, aunque ésta debe estar en una zona de la ciudad con buenos medios de comunicación para que la clientela pueda acceder fácilmente a ella.

Este negocio va a estar situado en Mérida (Badajoz), en un edificio de oficinas con buenas vías de comunicación. Se contratará en régimen de alquiler y deberá constar de 135 m², repartidos en un despacho, sala diáfana para los puestos, una sala de reuniones y eventos, una sala de descanso y un baño. En el contrato de alquiler se especificará claramente la autorización de subarriendo.

Cada trabajador/a tendrá su puesto de trabajo compuesto por una mesa, una silla y un posible equipo informático, dependiendo de la necesidad del mismo.

7.1.2. Equipamiento

El equipamiento necesario para la actividad diaria de la empresa es el siguiente:

- 12 ordenadores y 5 impresoras multifunción.
- 21 mesas de despachos.
- 1 mesa grande destinada a las reuniones.
- 21 sillas giratorias.
- 22 sillas de confidente.
- 2 proyectores de video.
- 1 pizarra.
- 21 teléfonos.
- 1 mesita y 2 sillones para la sala de descanso.
- Estanterías.
- Artículos de papelería (folios, archivadores, bolígrafos,...).

7.1.3. Desarrollo productivo

Cuando un/a cliente/a desee contratar alguno de los servicios ofrecidos por el espacio de Coworking, en primer lugar, éste/a debe expresar su necesidad a la hora de trabajar. El/la cliente/a y la empresa tendrán una conversación en la que ésta última informará al/la usuario/a sobre todas las prestaciones y condiciones que posee el servicio, al igual que la tarifa del mismo.

Cuando empresa y cliente/a lleguen a un acuerdo sobre los determinados servicios que se quieren contratar, se realizará la firma del contrato.

Dependiendo del número de clientes/as que hayan contratado hasta ese momento el servicio, se le asignará un puesto de trabajo u otro.

7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

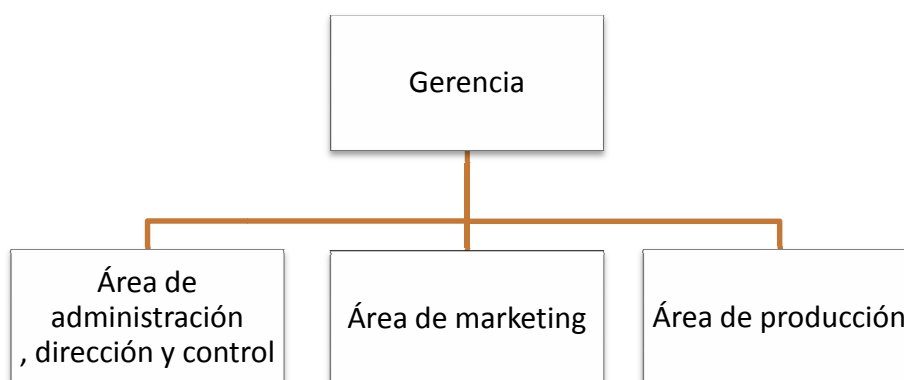
En este tipo de empresas es muy importante la capacidad organizativa y la formación de sus trabajadores/as, ya que son los/as encargados/as de su administración y control.

La estructura organizativa de la empresa se encuentra dividida en tres áreas:

- Área de Administración, Dirección y Control: es la encargada de gestionar las tareas financieras, organizar las distintas áreas, tomar las decisiones y velar por el cumplimiento de los objetivos.
- Área de Marketing: en ella se llevará a cabo la gestión de clientes/as, el diseño de los servicios y el plan de comunicación de la empresa.
- Área de producción: Prestación de los servicios, organización de eventos de networking, atención a la clientela y asesoramiento.

Estas áreas serán llevadas a cabo, en principio, por dos personas. Las tareas propias de asesoría las llevarán a cabo ellas mismas.

El organigrama de la empresa atenderá a la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

Se distinguen dos tipos de puestos:

Gerente

El/la gerente del negocio será la persona promotora del mismo. Se encargará de dirigir las tres áreas organizativas de la empresa.

Consultor/a

Este puesto será desempeñado por una persona que será contratada a tal efecto. Desarrollará tareas en cada una de las tres áreas organizativas de la empresa, bajo la dirección de la persona que desarrolle la labor de gerente.

Sus tareas principales serán las siguientes:

- Área de Administración, Dirección y Control: apoyo a la persona gerente en las tareas financieras y contables.
- Área de Marketing: ejecución del plan de comunicación de la empresa.
- Área de producción: organización de eventos de networking, atención a la clientela y asesoramiento.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

La gestión de los recursos humanos es un factor fundamental en esta empresa, ya que dependiendo de la formación, de las aptitudes, de la capacidad de coordinación y del trabajo de cada uno/a de los/as empleados/as, se experimentará un mejor desarrollo de la actividad.

La formación de los/as trabajadores/as es un aspecto clave en este negocio, ya que van a llevar a cabo actividades en las que es necesario poseer un amplio conocimiento de las mismas al igual que un buen aprendizaje.

En estos momentos la empresa sólo va a contratar a la persona que ocupará el puesto de consultor/a.

Ante la posibilidad de un posible aumento en el número de trabajadores/as para el futuro, la empresa llevará a cabo la selección, contratación y formación de cada trabajador/a dependiendo del puesto que se solicite.

Como regla general, se publicarán ofertas en portales de empleo especializados, en redes profesionales y en la propia página web de la empresa.

Para poder acceder a ella, los/as candidatos/as deberán enviar sus respectivos curriculums vitae. Cuando se haya recibido un determinado número de curriculums, la empresa seleccionará a los/as candidatos/as más adecuados/as al perfil requerido por el puesto y les concertará una entrevista personal. Si el/la candidata/a supera la entrevista y todo lo que ella conlleva, se procederá a la contratación de esta persona.

7.3. Forma jurídica

La persona emprendedora se constituirá como empresario/a individual.

Esta forma jurídica se rige en materia mercantil por el código de comercio y en materia de derechos y obligaciones por el Código civil. Además la ley 20/2007 regula el estatuto del trabajo autónomo.

Las características principales de este tipo de empresas (texto extraído de <http://www.ipyme.org>):

- Control total de la empresa por parte de la persona propietaria, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario/a), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.
- No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- No precisa proceso previo de constitución. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad de la persona empresaria.
- Es la forma que menos gestiones y trámites ha de hacer para la realización de su actividad, puesto que no tiene que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.

Para más información y asesoramiento en los trámites se acudirá al Punto de Activación Empresarial, programa puesto en marcha por la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación del Gobierno de Extremadura:

<http://activacionempresarial.gobex.es/>

8. Análisis DAFO

Este apartado se va a centrar en estudiar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de esta empresa.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa es desconocida. - Recursos económicos escasos en el inicio. - Falta de experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Otros espacios de coworking. - Centros de emprendimiento público. - Falta de información acerca del coworking.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Servicios. - Precios. - Asesoramiento. - Trato personalizado. - Alta cualificación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica actual. - Sector emergente. - Escaso número de empresas competidoras. - Incremento moderado de la demanda.

Conclusiones

Establecer estrategias de diagnósticos, para lo que se utiliza el Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar):

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida, pues aún no opera en el mercado. Para corregir esta debilidad, se llevará a cabo una estrategia de comunicación para dar a conocer la empresa y se fijarán unos precios competitivos para lograr la introducción de la misma en el mercado. Una vez que tenga su propia clientela, la empresa deberá realizar acciones destinadas a la fidelización de la misma.
- Recursos económicos escasos en el inicio: Al comienzo de la actividad empresarial lo normal es que la liquidez sea reducida, por lo que en los primeros meses, la gestión de tesorería debe ser importante.

- Falta de experiencia: La persona emprendedora no ha trabajado anteriormente en ningún puesto relacionado con este sector, puesto que éste es nuevo y es actualmente cuando se está desarrollando en este país. Para ello, la persona gerente ha mantenido reuniones con distintos/as emprendedores/as de este sector y se ha podido informar de los aspectos fundamentales a la hora de emprender un proyecto de estas características.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- **Servicios:** El negocio ofrece como paquete básico un conjunto de servicios muy amplio, la mayoría de los cuales, suponen un coste adicional si son contratados en las empresas competidoras. Dichas empresas ofertan cada servicio por separado con un determinado coste cada uno, o bien un paquete básico que no cuenta con servicios como la realización de actividades para fomentar sinergias y networking, la prensa diaria, la publicidad de las empresas de sus clientes/as en la web o el asesoramiento a la clientela. La empresa seguirá intentado proporcionar en el paquete básico servicios que en la competencia supongan un coste adicional con el objetivo de destacar por encima de la misma.

- Precios: La accesibilidad al precio de los distintos servicios por parte de la clientela de la empresa, es algo esencial, ya sea en la tarifa fijada para el paquete básico o en la tarifa estipulada para los servicios adicionales.

- Asesoramiento: La empresa ofrece dentro del paquete básico un servicio de asesoramiento para la clientela de este negocio. En todo momento se debe ayudar a la clientela para que pueda realizar sus labores de la mejor forma posible y cumpliendo con sus metas.

- Trato personalizado: Desde la empresa debe ser fundamental mantener un trato de confianza con los/as miembros de estos espacios. Para ello, busca adaptarse a los diferentes requerimientos de los/as clientes/as. Se pretende ofrecer un servicio completo y de calidad al/la cliente/a, resolviendo sus dudas y transmitiendo cualquier incidencia.

- Alta cualificación: El equipo de profesionales que van a desarrollar cada una de las tareas propias del negocio poseen una alta cualificación, asentada sobre titulaciones superiores en el campo de la empresa y el derecho y sobre una amplia experiencia en el sector de los servicios a empresas.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Crisis económica actual: La coyuntura económica por la que atraviesa este país en estos momentos hace que los profesionales se vean obligados a reducir sus gastos fijos. Esta cuestión es una de las ventajas que ofrece un espacio de coworking en comparación a una oficina convencional.
- Sector emergente: El movimiento del coworking se está expandiendo conforme pasa el tiempo y cada vez son más los espacios que ofrecen este servicio. Al mismo tiempo, ésta práctica cada vez tiene más aceptación entre los/as profesionales debido a sus características. Para ello, la empresa debe cerciorarse de que las herramientas de marketing funcionan tal y como se había previsto, para poder captar el mayor número de clientes/as posible.
- Escaso número de empresas competidoras: Al ser un movimiento que ha nacido hace relativamente pocos años, actualmente existen muy pocas empresas competidoras en la zona EUROACE, en relación con la gran amplitud de esta región. Es por esta razón por la que la empresa debe asegurarse de que llega a todo el público en general mediante sus distintos sistemas de comunicación.
- Incremento moderado de la demanda: El coworking tiene más aceptación entre los/as autónomos/as, empresarios/as individuales y freelance conforme pasa el tiempo. Por esta razón, es muy importante que la empresa genere confianza para poder captar un mayor número de clientes/as mediante las distintas herramientas de marketing.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Otros espacios de coworking: Los demás espacios de coworking que están establecidos en la zona EUROACE suponen una amenaza ya que se encuentran actualmente operando y poseen mayor conocimiento del sector que esta empresa, además de que posean clientela actualmente. Esta empresa hace frente a ello prestando mayores servicios en el paquete básico, los cuales tienen un coste adicional en estos espacios.
- Centros de emprendimiento público: Son espacios ofrecidos por los entes públicos que sirven de incubadora para las nuevas empresas mediante el asesoramiento, los espacios de trabajo compartidos y la formación para los/as emprendedores/as. Esta empresa pretende ofrecer buenas infraestructuras y una diferenciación del servicio en

cuanto a las prestaciones que se ofrecen, tratando de cumplir con cada uno de los requerimientos del/la cliente/a.

- Falta de información acerca del coworking: Debido a que es un movimiento nuevo, la mayoría de las personas no conocen de que trata esta actividad. Para afrontar esta amenaza, la empresa pondrá en marcha un agresivo plan de comunicación asentado sobre las bases definidas en el apartado 6.3.

9. Valoración y análisis financiero

A continuación se hace una valoración financiera de los recursos que se necesitan en esta empresa.

9.1. Inversión inicial

9.1.1. Activo no corriente

Bienes y derechos que son necesarios en la empresa mientras dure su actividad y su uso es imprescindible para la prestación de los servicios.

ACTIVO MATERIAL, conjunto de elementos patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles que se utilizan de manera continuada en la producción de bienes y servicios y que no están destinados a la venta.

Edificios, Locales y Terrenos: La actividad llevada a cabo por este negocio se va a desarrollar en un local situado en un edificio de oficinas, que constará de 135 m², repartidos en un despacho, sala de puestos, una sala de reunión y eventos, una sala de descanso y un baño. Habrá que adecuar las instalaciones para que tengan la estructura que se requiere así como la imagen profesional y moderna que se pretende mostrar. La inversión requerida en esta partida se estima en 10.500 euros.

Utillaje y Mobiliario:

En cuanto al mobiliario, será necesario adquirir 21 mesas de despacho, 21 sillas giratorias, 22 sillas de confidente, estanterías, 1 mesa grande, 1 mesita y 2 sillones, 1 pizarra y 21 teléfonos. El valor de estos elementos asciende a 11.350 euros.

Equipos Informáticos: Ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas, periféricos, impresoras, fax, proyectores de video, etc. El coste total es de 12.600 euros.

ACTIVO INMATERIAL, conjunto de bienes intangibles y derechos que permanecen en el tiempo y se utilizan en la prestación de los servicios.

Aplicaciones Informáticas: inversiones en software requeridas como soporte a la actividad empresarial. Se incluyen programas ofimáticos (procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos), antivirus y la creación de una plataforma virtual. El coste será de 1.500 euros.

Fianzas: La persona arrendataria pide como fianza dos meses de alquiler del local, por lo que esta cuantía asciende a 2.025€.

9.1.2. Activo corriente

Bienes y derechos necesarios para la actividad y que van a permanecer en la empresa durante un periodo inferior a un año. Se pueden considerar:

Existencias, materias primas, envases y embalajes... En él se incluirá principalmente material y consumibles de oficina. Se necesita un stock inicial para comenzar la actividad de 1.000 euros.

Tesorería Inicial. Estimación de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante los primeros meses en función de los cobros y los pagos que se vayan produciendo.

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA	
Adquisición del terreno		21%	0
Edificios y Construcciones	10.500	21%	10.500
Instalaciones		21%	0
Maquinaria		21%	0
Equipamiento		21%	0
Mobiliario	11.350	21%	11.350
Utillaje		21%	0
Vehículos de transporte		21%	0
Equipos informáticos	12.600	21%	12.600
Otros (proyectos técnicos)		21%	0
Total Inmovilizado Material	34.450		34.450
Gastos de I+D (*)		21%	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%	0
Aplicaciones informáticas	1.500	21%	1.500
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	2.025	21%	2.025
Total Inmovilizado Inmaterial	3.525		3.525
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	37.975		37.975
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	1.000	10%	1.000
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)			950
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1.000		1.000
TOTAL INVERSION	38.975		38.975
Total IVA SOPORTADO	8.075		8.075
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)			0
Total Necesidades Iniciales	47.050		47.050
			48.000

9.2. Fuentes de financiación

Las necesidades de financiación para este proyecto son las siguientes:

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Social	20.000
En Especie	0
Dinerario	20.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	20.000
Deudas bancarias a L/P	28.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	28.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	48.000

1. Recursos propios

Para la financiación de este proyecto, la persona promotora aportará un capital de 20.000 euros que tenía ahorrados.

2. Recursos ajenos

Para el resto de los recursos necesarios para la inversión y liquidez se solicitará un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	28.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	560
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	28.000,00
Importe de Intereses:	9.999,39
Coste total operación:	37.999,39
Cuota Mensual (a):	395,83
Cuota Anual	4.749,92
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

9.3. Previsiones de ingresos

El primer año será el año en el que la empresa intente introducirse en el mercado, por lo que la empresa iniciará su actividad el 1 de enero.

Se va a realizar una previsión de ingresos en función de la capacidad productiva que va a tener la empresa a lo largo de los distintos meses del año. A raíz del estudio del mercado, se sabe que el tiempo planificado antes del inicio de actividades se posiciona entre 7 y 10 meses. La planificación se realizará antes de la puesta en marcha de la empresa como tal. Este proceso se describirá en el apartado 10.

Para este caso, se ha estimado que la capacidad productiva de la empresa durante los 3 primeros meses sea del 20% (ocupación de 4 puestos de los 20 disponibles), ya que la empresa acaba de introducirse en el mercado y cuenta con muy poca clientela a la que prestar sus servicios.

Desde el cuarto al sexto mes, la capacidad productiva del negocio se incrementará hasta el 40% (ocupación de 8 puestos de los 20 disponibles), debido a que la empresa ya lleva unos meses operando en el sector y cada vez se va haciendo más conocida para los/as potenciales clientes/as.

Del séptimo al noveno mes, la cartera de clientes/as va ampliándose y se puede estimar que la capacidad productiva del espacio de coworking será alrededor del 70%. Conforme van pasando los meses la gente va conociendo la empresa y los servicios prestados por la misma, con lo que el número de clientes/as va aumentando.

Entre el décimo y el duodécimo mes, se puede decir que la capacidad productiva de la empresa será del 90%. El negocio lleva en funcionamiento varios meses y conoce el sector, por lo que trabajará casi en la totalidad de su capacidad productiva.

A continuación, se muestran los cálculos realizados para la estimación de los ingresos de la empresa para cada trimestre (20%, 40%, 70% y 90%).

Se ha efectuado así mismo para el paquete básico una ponderación en función del número de puestos que se van a dedicar a cada tipo. La empresa asignará una mayor importancia al paquete básico mensual puesto que, aunque es menos rentable que el semanal y el diario, asegura durante más tiempo un flujo de entrada de ingresos. El semanal y el diario poseerán un mismo nivel de importancia.

Paquete Básico	Precio medio del puesto (Ocupación día completo)	Ingreso mensual por puesto	Importancia para la empresa [ponderación % (nº de puestos)]	Ingresos al mes totales 100%	20% capacidad (4 puestos) Mes	40% ` capacidad (8 puestos) Mes	70% capacidad (14 puestos) Mes	90% capacidad (18 puestos) Mes
Mensual	190€	190	60% (12)	2.280€	456€	912€	1.596€	2.052€
Semanal	63€	250€	20% (4)	1.000€	200€	400€	700€	900€
Diario	19€	380€	20% (4)	1.520€	304€	608€	1.064€	1.368€
Total		820€	100% (20)	4.800€	960€	1.920€	3.360€	4.320€

Servicios Adicionales	Ingreso mensual al 100% de capacidad	Ingreso mensual al 20% de capacidad	Ingreso mensual al 40% de capacidad	Ingreso mensual al 70% de capacidad	Ingreso mensual al 90% de capacidad
Sala de reunión y eventos	3.168€	633,6€	1.267,2€	2.217,6€	2.851,20€
Material audiovisual (proyector de video, pizarras...)	1.056€	211,2€	422,4€	739,2€	950,40€
Recepción de correspondencia y mensajería	300€	60€	120€	210€	270€
Recepción telefónica y gestión de faxes	400€	80€	160€	280€	360€
Domicilio social y fiscal	160€	32€	64€	112€	144€
Servicio de telefonía IP (calculado a precio medio mensual)	700€	140€	180€	490€	630€

La estimación anual de los ingresos del primer año queda, por tanto, de la siguiente manera:

PREVISIÓN DE INGRESOS Y CONSUMOS

HIPOTESIS DE PARTIDA	Servicio 1	Servicio 2	Servicio 3	Servicio 4	Servicio 5	Servicio 6	Servicio 7
Nº medio de servicios prestados al mes	1	1	3	11	11	11	11
Precio medio por Producto/Servicio	2.640,00	1.742,40	580,80	15,00	20,00	8,00	35,00
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
PAQUETE BÁSICO													
Nº Productos /Servicios 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Precio	960,00	960,00	960,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00	4.320,00	4.320,00	4.320,00	
Ingresos	960	960	960	1.920	1.920	1.920	3.360	3.360	3.360	4.320	4.320	4.320	31.680
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SALA DE REUNIÓN Y EVENTOS													
Nº Productos /Servicios 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Precio	633,60	633,60	633,60	1.267,20	1.267,20	1.267,20	2.217,60	2.217,60	2.217,60	2.851,20	2.851,20	2.851,20	
Ingresos	634	634	634	1267	1267	1267	2218	2218	2218	2851	2851	2851	20.909
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
MATERIAL AUDIOVISUAL													
Nº Productos /Servicios 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Precio	211,20	211,20	211,20	422,40	422,40	422,40	739,20	739,20	739,20	950,40	950,40	950,40	
Ingresos	634	634	634	1267	1267	1267	2218	2218	2218	2851	2851	2851	20.909
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
RECEPCIÓN DE CORRESPONDENCIA Y MENSAJERÍA													
Nº Productos /Servicios 4	4	4	4	8	8	8	14	14	14	18	18	18	132
Precio	15,00	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	
Ingresos	60	60	60	120	120	120	210	210	210	270	270	270	1.980
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
RECEPCIÓN TELEFÓNICA Y GESTIÓN DE FAXES													
Nº Productos /Servicios 5	4	4	4	8	8	8	14	14	14	18	18	18	132
Precio	20,00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Ingresos	80	80	80	160	160	160	280	280	280	360	360	360	2.640
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
DOMICILIO SOCIAL Y FISCAL													
Nº Productos /Servicios 6	4	4	4	8	8	8	14	14	14	18	18	18	132
Precio	8,00	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	
Ingresos	32	32	32	64	64	64	112	112	112	144	144	144	1.056
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
SERVICIO DE TELEFONÍA IP													
Nº Productos /Servicios 7	4	4	4	8	8	8	14	14	14	18	18	18	132
Precio	35,00	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	
Ingresos	140	140	140	280	280	280	490	490	490	630	630	630	4.620
Coste Producto /Servicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00

INGRESOS POR VENTAS	2539	2539	2539	5078	5078	5078	8887	8887	8887	11426	11426	11426	83.794
Iva repercutido	533,232	533,232	533,232	1066,464	1066,464	1066,464	1866,312	1866,312	1866,312	2399,544	2399,544	2399,544	17596,66
Facturado a clientes	3072,43	3072,43	3072,432	6145	6144,864	6144,864	10753,51	10753,51	10753,51	13825,94	13825,94	13825,94	101.390
Cobros del periodo	3072,43	3072,43	3072,432	6144,864	6144,864	6144,864	10753,51	10753,51	10753,51	13825,94	13825,94	13825,94	101390,3
Cobros periodos anteriores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL COBROS	3072	3072	3072	6145	6145	6145	10754	10754	10754	13826	13826	13826	101.390

Perfil de cobro de facturas	Franja de	Porcentaje (%) de las facturas
El Porcentaje (%) del Importe facturado A CLIENTES cada mes que se COBRA en las franjas de tiempo especificadas.	1. al contado	100%
	2. a los 30 días	
	3. a los 60 días	
	4. a los 90 días	

9.4. Costes de producción

Para este tipo de negocios los costes de producción son inexistentes, ya que este negocio se encarga de la prestación de servicios a sus clientes/as y, para ello, no necesita de ningún desembolso.

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

Los principales costes en los que se incurren son:

- Arrendamiento del local: el alquiler mensual de la oficina de trabajo de 135 m² es de 1.012,5 €.
- Suministros, servicios y otros gastos: aquí se pueden encontrar los gastos procedentes de suministros tales como: agua, luz, internet,... además de servicios como la limpieza de la oficina o los gastos en material de oficina. Este gasto asciende a 490€ mensuales.
- Servicios exteriores (gestoría y profesionales independientes). Esta cantidad asciende a 100 € mensuales.
- Gastos comerciales: su objetivo es dar a conocer la empresa para poder captar un mayor número de clientes/as. Esto supone un coste mensual para la empresa de 80 €.
- Seguros: La cuota de aseguramiento mensual es de 50 €.
- Otros gastos (tributos,...): la cuantía mensual estimada para este tipo de gastos es de 30 €.

Gastos variables

Dentro de este apartado se pueden encontrar los gastos asociados al servicio adicional de telefonía IP, el cual, depende en un promedio de un 42% de los ingresos obtenidos por la venta de este servicio.

También se pueden encontrar los gastos asociados a la prensa diaria, el cual, supone un gasto por cliente/a de 20€ mensuales.

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

AÑO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Compras:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos variables:	139	139	139	278	278	278	486	486	486	625	625	625	4.580
Telefonía IP	59	59	59	118	118	118	206	206	206	265	265	265	1.940
Prensa diaria	80	80	80	160	160	160	280	280	280	360	360	360	2.640
Subcontrataciones													
Otros (reparaciones y conservación, serv bancarios, gastos viajes, formación...)													
Gastos fijos:	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	21.150
Promoción comercial	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Servicios Exteriores (gestoría y profesionales independientes)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	5.880
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros													0
Gastos I+D													0
Alquileres	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	12.150
Gastos diversos (otros tributos...)													0
TOTAL GASTOS y compras	1.901	1.901	1.901	2.040	2.040	2.040	2.248	2.248	2.248	2.387	2.387	2.387	25.730
Iva soportado	267	267	267	284	284	284	309	309	309	326	326	326	3.560
Total Pagos	2.169	2.169	2.169	2.324	2.324	2.324	2.558	2.558	2.558	2.713	2.713	2.713	29.290

Gastos de personal

Se han establecido los sueldos del personal con intención de subirlos a partir del año 2.

Los gastos de personal aparecen reflejados en la siguiente tabla:

GASTOS DE PERSONAL

AÑO 1													
Categoría/ puesto/ funciones	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Trabajador/a 1													
Salario Bruto trabajador/a	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	4.752
Coste empresa	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	19.152
Autónomo/a													
Salario Bruto	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	16.800
Seguridad Social (260 €)	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
Coste trabajador autónomo	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660	19.920
COSTE EMPRESA TOTAL	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	39.072

Gastos de amortización

Los gastos de amortización se muestran en la siguiente tabla:

AMORTIZACIÓN CONTABLE

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL AÑOS	CUOTA ANUAL
Gastos de I+D	0	5	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial	0	5	0
Aplicaciones informáticas	1.500	5	300
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	2.025	5	405
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			705
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	10.500	50	210
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	0	12	0
Equipamiento	0	15	0
Mobiliario	11.350	15	757
Utillaje	0	4	0
Vehículos de transporte	0	8	0
Equipos informáticos	12.600	5	2.520
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			3.487

9.6. Previsión de tesorería

A continuación se muestra el flujo de caja previsto para el primer año teniendo en cuenta los pagos y cobros realizados y pendientes de realizar:

FLUJOS DE CAJA

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		3.072	3.072	3.072	6.145	6.145	6.145	10.754	10.754	10.754	13.826	13.826	13.826
Prestamo a Corto Plazo		9.000											
Préstamo a Largo Plazo	28.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportaciones de los socios (Capital Social)	20.000												
TOTAL COBROS	48.000	12.072	3.072	3.072	6.145	6.145	6.145	10.754	10.754	10.754	13.826	13.826	13.826
PAGOS:													
Pagos sueldos		3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256
Pago compras y gastos generales		2.169	2.169	2.169	2.324	2.324	2.324	2.558	2.558	2.558	2.713	2.713	2.713
Pago IVA a Hacienda								2.347			4.671		
Devolución capital préstamos		209	211	212	213	215	216	218	219	221	222	224	9.225
Pago intereses	560	419	234	228	222	216	211	205	199	193	187	181	175
Pago de las inversiones	47.050	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	47.610	6.053	5.869	5.864	6.016	6.011	6.007	8.583	6.232	6.227	11.050	6.374	15.369
FLUJO DE CAJA NETO	390	6.020	-2.796	-2.792	129	134	138	2.170	4.522	4.526	2.776	7.452	-1.544
SALDO FINAL DE TESORERÍA	390	6.410	3.614	822	951	1.084	1.222	3.392	7.914	12.440	15.217	22.669	21.125

Para hacer frente a los meses en los que el flujo de caja es negativo, se prevé la solicitud de un crédito a corto plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	9.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	180
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	9.000,00
Importe de Intereses:	344,89
Coste total operación:	9.344,89
Cuota Mensual (a):	778,74
Cuota Anual	9.344,89
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

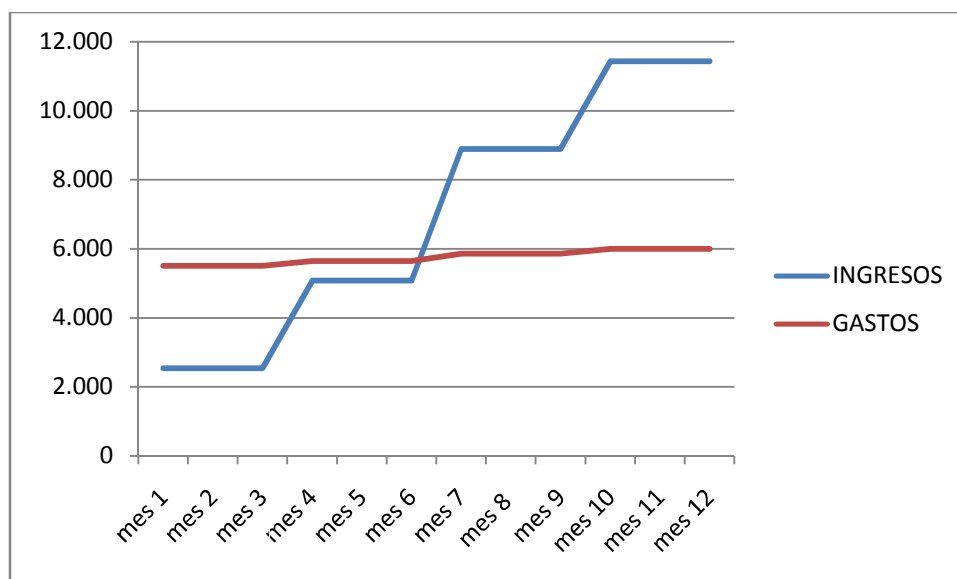
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

Cuentas de resultados mensuales del primer año del proyecto:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	2.539	2.539	2.539	5.078	5.078	5.078	8.887	8.887	8.887	11.426	11.426	11.426	83.794
CONSUMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
margen bruto	0	2.539	2.539	2.539	5.078	5.078	5.078	8.887	8.887	8.887	11.426	11.426	11.426	83.794
Gastos de personal	0	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	3.256	39.072
Gastos variables	0	139	139	139	278	278	278	486	486	486	625	625	625	4.580
Gastos fijos	0	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	1.763	21.150
Amortizaciones	0	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	4.192
Total gastos	0	5.507	5.507	5.507	5.645	5.645	5.645	5.854	5.854	5.854	5.992	5.992	5.992	68.994
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-2.967	-2.967	-2.967	-567	-567	-567	3.034	3.034	3.034	5.434	5.434	5.434	14.800
Gastos financieros	560	419	234	228	222	216	211	205	199	193	187	181	175	3.231
Beneficio antes de impuestos	-560	-3.387	-3.201	-3.195	-789	-783	-778	2.829	2.835	2.840	5.247	5.253	5.259	11.569
IRPF (al 20 %)														2.314
RESULTADO DEL EJERCICIO	-560	-3.387	-3.201	-3.195	-789	-783	-778	2.829	2.835	2.840	5.247	5.253	5.259	9.255

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Social	20.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>33.783</u>	Resultado del Ejercicio	8.330
Adquisición del terreno	0	Reserva legal (10 % de PyG)	926
Edificios y Construcciones	10.500	Subvenciones	0
Instalaciones	0	Otros (detallar)	0
Maquinaria	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>29.255</u>
Equipamiento	0	Préstamos bancarios a largo	22.576
Mobiliario	11.350	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>22.576</u>
Utillaje	0		
Vehículos de transporte	0		
Equipos informáticos	12.600		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-3.487	Préstamos bancarios a corto plazo	2.820
<u>Inmovilizado material</u>	<u>30.963</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	6.221
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor por IRPF)	2.314
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	1.500		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	2.025		
(-) Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-705		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>2.820</u>		
Existencias, materias primas...	1.000		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	7.277		
Clientes	0		
Tesorería	21.125		
<u>Activo corriente</u>	<u>29.402</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>11.354</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>63.185</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>63.185</u>

Los datos de los ratios del proyecto para el primer año son:

RATIOS

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	2,59
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	18.047,47
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	1,16
Márgen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	17,66%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	1,86
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	23,42%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	32%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	11%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	0
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	68.138,30

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio. Este indicador muestra las ventas necesarias para comenzar a obtener beneficios y se estima en 68.138 €. Esta cifra se logra en el mes 10 del año 1.

A continuación se muestran las previsiones de crecimiento en los próximos cinco años.

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	52%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de consumos	52%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	78%	2%	2%	2%

La capacidad productiva media del espacio de coworking durante el primer año ha sido del 55%. Esto ha generado unos ingresos de explotación de 83.793,60 € y un resultado al final del ejercicio de 11.569 €.

Para el segundo año se ha estimado un crecimiento de la cifra de ventas del 52% respecto del primer año, que genera unos ingresos de explotación de 127.073 € con un resultado al final del ejercicio de 54.334 €. Este crecimiento de la cifra de ventas proviene de la estimación de que el espacio de coworking opere al 100% de su capacidad productiva. En los próximos años se prevé un aumento en el número de usuarios/as de los espacios de coworking, dado que es un movimiento relativamente nuevo y poseen grandes ventajas para profesionales independientes, empresarios/as individuales y freelance. Como dato destacable, la empresa española líder en equipamiento y optimización, Steelcase, anunció que los espacios de coworking se duplicarán en pocos meses gracias al fomento del emprendimiento.

Para los sucesivos años se ha estimado un crecimiento de la cifra de ventas del 2%, acorde con el crecimiento del IPC.

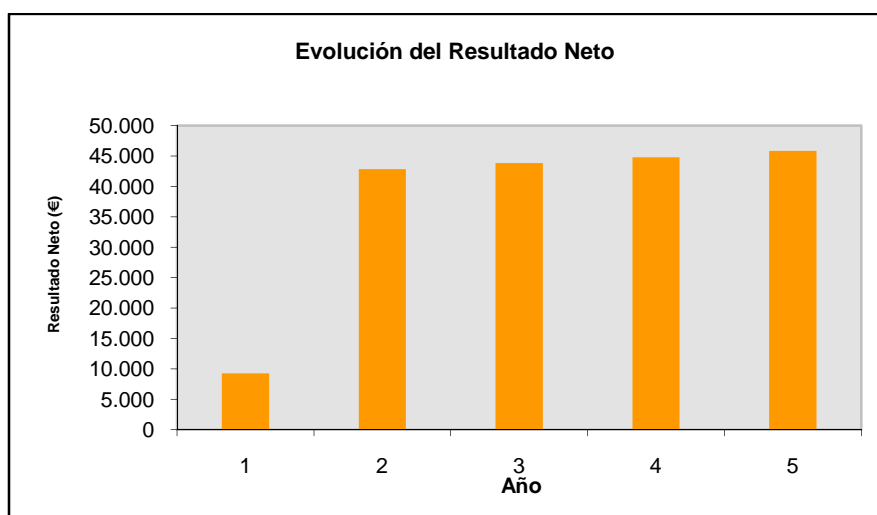
Siempre se debe tener en cuenta que lo que se lleva a cabo es una estimación por lo que los porcentajes y las cantidades pueden variar. Además de ello, es posible que el espacio de coworking pueda expandirse en los siguientes años como consecuencia del incremento del número de usuarios/as del espacio, ya que el espacio del que dispone este negocio es para 20 coworkers y no es un número elevado.

Las previsiones de pérdidas/ganancias para los primeros cinco años son:

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	83.793,60	127.072,99	129.614,45	132.206,74	134.850,88
Consumos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
margen bruto	83.793,60	127.072,99	129.614,45	132.206,74	134.850,88
% margen bruto sobre ventas	1	1	1	1	1
Gastos de personal	39.072,00	39.853,44	40.650,51	41.463,52	42.292,79
Gastos variables mensualmente:	4.580,40	4.672,01	4.765,45	4.860,76	4.957,97
Amortización de activos	4.191,67	4.191,67	4.191,67	4.191,67	4.191,67
Gastos fijos:	21.150,00	21.573,00	22.004,46	22.444,55	22.893,44
Total gastos	68.994,07	70.290,11	71.612,08	72.960,49	74.335,87
Beneficio antes de impuestos e intereses	14.799,53	56.782,88	58.002,37	59.246,25	60.515,01
Gastos financieros	3.230,78	3.230,78	3.230,78	3.230,78	3.230,78
Beneficio antes de impuestos	11.568,75	53.552,10	54.771,59	56.015,47	57.284,23
IRPF (20%)	2.313,75	10.710,42	10.954,32	11.203,09	11.456,85
RESULTADO DEL EJERCICIO	9.255,00	42.841,68	43.817,27	44.812,38	45.827,38

La gráfica de evolución del resultado neto es:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de actividades

Actualmente se está procediendo a buscar la financiación necesaria para poder llevar a cabo el proyecto.

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

Actividades:

- 1 Búsqueda de financiación: 4 meses.
- 2 Elección de la localización y contrato de alquiler del local: 3 meses.
- 3 Acondicionamiento y decoración del local: 3 meses.
- 4 Elaboración de la cartera de servicios que se van a prestar: 2 meses.
- 5 Contratación de la elaboración de una página web: 2 meses
- 6 Búsqueda, selección y contrato de un/a consultor/a: 4 meses.
- 7 Campaña de marketing inicial: 5 meses.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												

1	Búsqueda de financiación
2	Elección de la localización y contrato de alquiler del local
3	Acondicionamiento y decoración del local
4	Elaboración de la cartera de servicios
5	Contratación de la elaboración de una página web
6	Búsqueda, selección y contrato de un/a consultor/a
7	Campaña de marketing inicial

- Alta en censo de actividades económicas.
 - Pago de impuestos por Actos jurídicos documentados.
 - Liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
- Laboral
- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
 - Alta en el Régimen Especial de Trabajadores/as Autónomos/as.
 - Afiliación y alta del personal.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN ITINERARIO 1.

Actividad Inocua

Se encuadran en este itinerario las actividades que no se encuentran recogidas en ninguno de los anexos del Reglamento de Autorizaciones y Comunicaciones Ambientales, Decreto 81/2011.

En este caso concreto se recoge la posibilidad de que sean necesarias obras o no, sin opción a calificación urbanística.

Actividad asociada: Alquiler de inmuebles urbanos y rústicos (861- 862)

La actividad permite, a profesionales independientes de distintos sectores de actividad, disponer de un espacio de trabajo limitado, aunque compartido, junto con otras iniciativas empresariales que se encuentran en situaciones similares; propiciando así posibles sinergias.

La actividad está considerada o asociada a actividades inmobiliarias, al ejercicio como agente o intermediario en una o varias actividades en materia de venta o adquisición de propiedad inmobiliaria, alquiler de propiedad inmobiliaria, y provisión de otros servicios relacionados con la propiedad inmobiliaria como la tasación de ésta, la administración de bienes inmuebles o el ejercicio como agente inmobiliario. Quedan exentas las actividades de compraventa y alquiler por cuenta propia, sin intervención de los sujetos o entidades que efectúen las operaciones de intermediación, ya que no suponen el ofrecimiento o prestación de servicios por parte de persona física o entidad jurídica.

Legislación específica: Ley 10/2003, de medidas urgentes de liberalización del sector inmobiliario y transportes.

A. Trámites Constitución de Empresa

A continuación se indican los trámites necesarios en caso de elegir como forma jurídica una Sociedad Limitada Mercantil:

1. Certificación Negativa del Nombre

Reserva en el Registro Mercantil Central del nombre de la sociedad que se desea constituir, obteniendo una certificación que acredite que dicho nombre no está registrado con anterioridad. Este trámite es previo al otorgamiento de la escritura pública de constitución.

En el caso de que se trate de **Cooperativas** la certificación negativa del nombre se obtiene en el Registro de Sociedades Cooperativas, éste ha de informar al Registro Mercantil Central de la denominación solicitada con carácter previo a la expedición de la certificación negativa.

Documentación: Existe un impreso oficial normalizado, en el cual se recoge el nombre elegido hasta un máximo de cinco. Hay que indicar siempre a continuación del nombre el tipo de sociedad de que se trata. Se puede solicitar a través de internet: <http://www.rmc.es>.

Organismo: Registro Mercantil Central.

Plazo: Antes de ir al notario. La validez del nombre concedido es de 3 meses (Real Decreto 158/2008). Pasado este plazo sin que se haya constituido la empresa debe renovarse, siempre que no hayan transcurrido más de 6 meses, ya que entonces habrá caducado definitivamente.

2. Escritura Pública

Previamente, se realizará el **Ingreso del Capital Social** acordado por los socios fundadores en una Cuenta Bancaria abierta a nombre de la Sociedad. Existe un capital social mínimo exigido para cada una de las diferentes modalidades de sociedades mercantiles. Por ejemplo, para sociedades limitadas es de 3.000 € y para sociedades anónimas de 60.000 €.

Formalización pública ante notario, por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la Sociedad estableciendo los estatutos de la misma y mediante la que se asume la totalidad de participaciones sociales.

Documentación:

- Certificación negativa de la denominación acreditando la no existencia de otra Sociedad con la misma denominación.
- Estatutos sociales.
- Acreditación del desembolso del capital social (en efectivo o mediante certificación bancaria).

Organismo: Se firma en notaría.

3. Solicitud de NIF Provisional

El objeto del Número es identificar a la Sociedad a efectos fiscales, éste ha de ser solicitado por toda persona jurídica, pública o privada, cualquiera que sea su actividad.

El NIF provisional tiene una validez de 6 meses. Puede ser solicitado junto con la Declaración Censal, en el mismo modelo (036).

Documentación:

- Modelo 036 debidamente cumplimentado.
- Fotocopia de la Escritura o Contrato de Constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del DNI o NIE del firmante de la solicitud, que debe ser cargo representativo de la Sociedad o Entidad.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 30 días naturales desde la constitución de la sociedad.

4. Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios)

Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.

Documentación:

- Primera Copia de Escritura en el caso de las sociedades.
- Número de Identificación Fiscal, NIF (salvo que se solicite en esta declaración).
- Modelo 036/037 (simplificado, cuando no se solicite el NIF).

7. Solicitud de NIF Definitivo

Documentación:

- Resguardo del Modelo 036.
- Original de la primera copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la hoja de inscripción.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

8. Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

El Impuesto de Actividades Económicas es un tributo derivado del ejercicio, en el territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se realicen o no en local determinado y se encuentren o no especificadas en las tarifas del impuesto.

Documentación:

- Liquidación del impuesto. Modelo 840.
- Modelo 036/037 (simplificado) de alta en el Censo.
- NIF de la empresa.

Organismo: La solicitud de alta se realiza en la Administración de la Agencia Tributaria (AEAT) y la liquidación y recaudación en el Ayuntamiento de la localidad donde se ubica la sociedad.

Tasa: Exenciones de pago:

- Personas físicas.
- Negocios con facturación inferior a 1.000.000 €.
- Empresas de nueva creación en los primeros 2 años de funcionamiento.

La presentación de la declaración censal (Modelo 036) **exonera** a los sujetos pasivos exentos del IAE de la presentación de las declaraciones específicas de dicho impuesto (Modelo 840).

En el caso de **empresarios individuales**, el proceso de constitución es más sencillo, bastaría con el DNI. Para Comunidades de Bienes, el DNI de los promotores, contrato público o privado y obtención del NIF. Los pasos necesarios son:

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios).

9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones, como paso previo al inicio de sus actividades.

La inscripción será única por cada provincia donde se tenga un centro de trabajo, salvo que en la misma provincia se ejerzan dos o más actividades sometidas a ordenanzas de trabajo distintas.

Al presentar la solicitud para abrir la cuenta de cotización inicial, la Tesorería de la Seguridad Social asignará un número ("Código de Cuenta de Cotización"), con los dos primeros dígitos del mismo referidos a la provincia en la que se encuentra el domicilio de la empresa. El empresario deberá de solicitar un Código de Cuenta de Cotización en cada una de las provincias y para cada uno de los regímenes en que realice la actividad.

Documentación: Se debe presentar el Modelo TA-6 para todos los Regímenes.

Empresario individual:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.
- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.

Empresario colectivo y Sociedades Españolas:

- Modelo oficial de solicitud.
- Documento identificativo del titular de la empresa, empresario individual o titular del hogar familiar.

- Documento emitido por el Ministerio de Economía y Hacienda asignando el Número de Identificación Fiscal en el que conste la Actividad Económica de la Empresa.
- Escritura de Constitución debidamente registrada, o certificado del Registro correspondiente (Libro de Actas en el caso de Comunidades de Propietarios).
- Fotocopia del DNI o NIE de quien firma la solicitud de inscripción. Documento que acredite los poderes del firmante, si no están especificados en la escritura.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Plazo: El empresario que por primera vez vaya a contratar a trabajadores, deberá solicitar su inscripción como empresa antes del inicio de la actividad.

10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

Alta en el Régimen General: el empresario está obligado a solicitar el alta, la baja y a comunicar las variaciones de datos de todos sus trabajadores.

Documentación:

- Afiliación trabajadores: (Si el trabajador no tiene asignado nº propio de afiliación)
 - Fotocopia del DNI del trabajador, documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA1.
- Solicitud de alta:
 - Fotocopia del documento de afiliación del trabajador.
 - Fotocopia del DNI del trabajador, o documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA2/S.

Plazo: Solicitud del alta, previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes.

En los casos en que no se hubiere podido prever con antelación dicha iniciación, si el día o días anteriores a la misma fueren inhábiles, o si la prestación de servicios se iniciara en horas asimismo inhábiles, deberán remitirse, con anterioridad al inicio de la prestación de servicios, por telegrama, fax o por cualquier otro medio electrónico, informático o telemático.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Alta en el régimen de Autónomos: este Régimen de la Seguridad Social será obligatorio para trabajadores por cuenta propia. Régimen opcional para socios trabajadores de Cooperativas de trabajo asociado.

Documentación: Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

- Copia y original del impreso de alta en el IAE.
- Fotocopia del DNI del solicitante.
- Tarjeta de afiliación a la Seguridad Social (cuando se haya trabajado con anterioridad; si no, hay que simultanear este trámite).
- Documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo.
- Certificado del colegio correspondiente, para las actividades de Colegios Profesionales.

Plazo: 30 días naturales desde la fecha de alta en Hacienda (Modelo 036).

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo.

Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.

Documentación: Formulario oficial que se facilita en la Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración o en la Consejería correspondiente de la Comunidad Autónoma.

Organismo: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación.

Plazo: Dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo.

12. Comunicación de contratos trabajadores.

Los empresarios están obligados a comunicar a los Servicios Públicos de Empleo, en el plazo de los diez días hábiles siguientes a su concertación, el contenido de los

contratos de trabajo que celebren o las prórrogas de los mismos, deban o no formalizarse por escrito. Dicha comunicación se realizará mediante la presentación de copia del contrato de trabajo o de sus prórrogas.

También debe remitirse a los Servicios Públicos de Empleo la copia básica de los contratos de trabajo, previamente entregados a la representación legal de los trabajadores, si la hubiese.

Actualmente la comunicación de contrato al SEXPE se puede realizar de forma telemática a través de la herramienta Contrat@ (www.extremaduratrabaja.es).

Documentación:

- Comunicación de datos del contrato que previamente han suscrito la empresa y el trabajador.
- Copia básica del contrato firmada previamente por el representante de los trabajadores, si lo hubiese.

Organismo: Oficinas del Servicio Público de Empleo.

Plazo: 10 días siguientes a su concertación.

B. Trámites “Puesta en marcha de la actividad”**1. Informe de viabilidad urbanística.**

Con objeto de evitar una inversión inútil, es recomendable que el empresario realice una consulta previa ante el Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento correspondiente, con el fin de asegurarse que, urbanísticamente, es permisible el uso del local o terreno elegido para ubicar el negocio. También puede conseguir esta información en las Oficinas de Gestión Urbanística (OGUVAT) de la Junta de Extremadura, o a través del Visualizador de Datos Geográficos de la plataforma www.ideextremadura.es (Infraestructura de Datos Espaciales de Extremadura).

Documentación: (si la consulta es en el Ayuntamiento)

- Modelo de solicitud.
- Características principales y ubicación del proyecto. Plano de emplazamiento.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad, OGU VAT o IDE Extremadura.

Resultado: Cédula urbanística (cuando la consulta se hace al Ayuntamiento).

2. Solicitud de Licencia de urbanística: Licencia de obras, edificación e instalación, y licencia de usos y actividades.

La Licencia Urbanística llevará implícita tanto la licencia de obras, edificación e instalación (para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento, para el ejercicio de la actividad empresarial), como la licencia de usos y actividades, que constatará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Concretamente están sujetos a licencia de obras, los actos contemplados en el artículo 180 de la Ley 15/2001, LSOTEX.

Estarán sujetos a licencia de usos y actividades los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX. Concretamente en este itinerario se puede optar por la tramitación mediante **declaración responsable**, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal. Se recomienda antes de la realización del proyecto consultar al técnico competente del Centro de Salud del SES, sobre la normativa y la adecuación de las instalaciones en cuanto a sanidad.

Esta actividad está afectada por el Decreto-Ley 3/2012, de estímulo de la actividad comercial, **no estaría sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística en el caso de no superar los 500 m² de superficie útil de exposición y venta al público y ser obra de adaptación sin proyecto de obra.** En este caso bastará con la presentación en el Ayuntamiento de la Declaración Responsable o Comunicación Previa y el documento de pago de las tasas correspondientes. En caso contrario se seguirá el trámite normal de solicitud de Licencia de Obras descrito anteriormente.

Se recomienda antes de la realización del proyecto consultar al técnico competente del Centro de Salud del SES, sobre la normativa y la adecuación de las instalaciones en cuanto a sanidad.

Documentación para iniciar el procedimiento de licencia urbanística, concesión de licencia de obras: (orientativa, depende de cada Ayuntamiento)

- Modelo normalizado de solicitud.

- Presupuesto firmado por el ejecutor material de la obra, o memoria explicativa, valorada y detallada suscrita por el solicitante.
- DNI del solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del apoderado si se tratara de sociedades.
- Recibo del ingreso previo del pago de la tasa en la Tesorería Municipal.
- Declaración responsable de que se tiene derecho bastante para realizar la construcción, edificación o uso del suelo.
- Declaración responsable del solicitante de que los actos sujetos a licencia que pretende ejecutar se encuentran amparados en la legalidad vigente.
- Declaración responsable de que se ha obtenido autorización o las autorizaciones concurrentes exigidas por la legislación en cada caso aplicable, así como la concesión o concesiones correspondientes cuando el acto pretendido suponga la ocupación o utilización de dominio público del que sea titular Administración distinta.
- Memoria descriptiva de las actividades sujetas a licencia o proyecto o proyectos técnicos correspondientes, según legalmente proceda.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Plazo (licencia de obras): El plazo de inicio de las obras será el previsto en la licencia de acuerdo con lo previsto en el proyecto técnico. En su defecto el plazo será de 3 meses.

Resultado: Licencia Urbanística: licencia de obras.

3. Declaración Responsable del inicio de la actividad.

Una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Comunicación Previa o Declaración Responsable del cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad, lo cual dará por finalizado el procedimiento de Licencia Urbanística.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Documentación: (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

Plazo: Una vez presentada la declaración responsable se puede iniciar la actividad.

Resultado: Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

Normativa:

Ley 17/2009, del libre acceso de actividades de servicios y sus ejercicios (Ley PARAGUAS).

Ley 25/2009, de adaptación de la Ley 17/2009 (Ley OMNIBUS).

Ordenanzas Municipales.

4. Adquisición y legalización del libro de visitas

De acuerdo con la legislación laboral, las empresas deberán adquirir y sellar el libro de visitas, que deben tener obligatoriamente en cada centro de trabajo aunque no empleen trabajadores por cuenta ajena, y que debe encontrarse a disposición de los funcionarios del Cuerpo Nacional de Inspección del Trabajo. Además, podrán llevar un libro de matrícula por cada centro de trabajo, en el que se inscribirán todos los trabajadores que presten sus servicios en el mismo.

Documentación:

Organismo:

Plazo: Se debe conservar el libro de visitas durante un plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha de la última diligencia.

B.1. Actividades e instalaciones sujetas a Reglamentos de Seguridad Industrial

1. Puesta en funcionamiento de actividades e instalaciones industriales e Inscripción en Registro Industrial

Están sujetas a este procedimiento la puesta en servicio por nueva implantación, ampliación o traslado de cualquier actividad o instalación industrial de las relacionadas en el Anexo I la Orden de 12 de diciembre de 2005, o para la instalación y puesta en funcionamiento de maquinarias, productos, aparatos o elementos sujetos a normas reglamentarias de seguridad industrial.

Con la solicitud de puesta en marcha se presenta también la solicitud de inscripción en el Registro Industrial.

Organismo: Dirección General de Industria y Energía.

Documentación:

- Modelo de solicitud.
- Hoja de comunicación de datos al Registro Industrial, según el modelo oficial que se recoge en los anexos al Reglamento de Establecimientos Industriales aprobado por el Real Decreto 697/1995, de 28 de abril.
- DNI o CIF del titular, según corresponda. DNI del representante. Escritura de constitución y estatutos sociales. Acreditación de la representación o apoderamiento.
- Proyecto Técnico firmado por técnico titulado competente y visado por su Colegio Oficial correspondiente, en su caso, o Memoria Técnica donde se recojan los datos y características de la actividad, así como la relación de máquinas (cuando proceda) cumplimentada en el modelo oficial correspondiente a la ficha técnica descriptiva de máquinas. En caso de que la Memoria Técnica, sea suscrita por un técnico titulado competente, deberá venir visada por su colegio profesional.
- En su caso, Certificado de dirección técnica, expedido por técnico titulado competente y visado por el Colegio Oficial.
- Fichas técnicas descriptivas de las características de cada una de las instalaciones que indica el interesado en la solicitud, según el modelo oficial.
- Plano de situación escala 1:10.000 y plano de emplazamiento, señalando la situación del establecimiento, instalación, maquinaria, producto, aparato o

elemento sujeto a normas reglamentarias de seguridad industrial que se pretenda poner en servicio.

- En su caso documentación que acredite el cumplimiento de la legislación de medio ambiente: informe ambiental.

Instalaciones objeto de este procedimiento, con las limitaciones que se indican en la Orden de 12 de diciembre de 2005:

- Instalaciones eléctricas de baja tensión.
- Instalaciones eléctricas de alta tensión.
- Instalaciones de gas.
- Instalaciones de ascensores.
- Instalaciones de grúas torre.
- Máquinas.
- Instalaciones de aparatos a presión.
- Instalaciones frigoríficos.
- Instalaciones de agua.
- Instalaciones de calefacción, climatización y ACS.
- Instalaciones de almacenamiento de productos petrolíferos líquidos.
- Instalaciones de almacenamiento de productos químicos.
- Instalaciones de protección contra incendios.

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Normativa:

- Decreto 49/2004, que regula el procedimiento para la instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos industriales.
- Orden de 12 de diciembre de 2005, que dicta las normas para la tramitación de los expedientes de instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos e instalaciones industriales.

C. Trámites específicos

1. Colegiación como Agente de la Propiedad Inmobiliaria. (Opcional)

La liberalización del sector inmobiliario determinó la voluntariedad para colegiarse como Agente de la Propiedad Inmobiliaria para desarrollar actividades de mediación en el sector. Por tanto, se considera de **carácter voluntario** para el ejercicio de estas actividades profesionales por parte de personas físicas, la Colegiación así como la obtención del título de Agente de la Propiedad Inmobiliaria (API).

Organismo: Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria de Badajoz y Cáceres.

Enlaces:

www.apibadajoz.com

www.apicaceres.com

11. Mapa de actividad

