



DISEÑO DE MEDIDAS PARA INCENTIVAR LA REAPERTURA DE LOCALES QUE GENERAN BRECHAS COMERCIALES

Anastasio Hernández Nebra

Diciembre de 2017

INDICE

INTRODUCCION *pag. 1*

1.- DISEÑO DE MEDIDAS PARA INCENTIVAR EL ALQUILER DE LOCALES VACIOS

REQUISITOS COMUNES A LAS AYUDAS PARA LOCALES VACÍOS *pag. 4*

1.1.a) Locales susceptibles de recibir ayudas

1.1.b) Beneficiarios susceptibles de recibir ayudas

1.1.c) Proyectos susceptibles de recibir ayudas

1.1.d) Valoración de los proyectos

1.2.- AYUDAS A LOS GASTOS DE ARRENDAMIENTO DE LOCALES *pag. 14*

1.2.a) Contrato de alquiler/arrendamiento

1.2.b) Cuantía de la subvención

1.2.c) Otros conceptos a incluir

1.2.d) Duración de la ayuda

1.2.e) Abono de la ayuda y cesión

1.2.f) Obligaciones de los beneficiarios

1.3.- AYUDAS POR APERTURA Y REFORMA DE LOCALES *pag. 22*

1.3.a) Gastos subvencionables

1.3.b) Cuantía de la ayuda

1.3.c) Posibilidad de aplicar la ayuda a negocios existentes

1.4.- AYUDAS A LA PUESTA EN VALOR DE LOCALES *pag. 29*

1.5.- AYUDAS AL RELEVO GENERACIONAL Y CONTINUIDAD *pag. 32*

1.6.- AYUDAS A ESPACIOS DE COWORKING *pag. 34*

1.7.- AYUDAS A ESPACIOS DE "POP UP STORE-STOREFRONT" *pag. 37*

1.8.- AYUDAS A LA CESION TEMPORAL DE ESPACIOS *pag. 39*

1.9.- DESCRIPCION DE LA POSIBLE TRAMITACION *pag. 36*

1.9.a) Presentación de proyectos y documentación

1.9.b) Procedimiento de adjudicación

1.9.c) Tipología de las ayudas

1.10.- CREACION DE UNA BOLSA DE ALQUILER DE LOCALES	pag. 40
1.11.- COLABORACION CON OTROS ORGANISMOS	pag. 53
1.12.- AYUDAS EUROPEAS	pag. 54

2. DISEÑO DE UN PLAN DE USO DE LOCALES VACIOS

2.0.- Introducción y pasos para cambio de uso	pag. 58
2.1.- Uso como garaje	pag. 65
2.2.- Uso para actividades sector secundario	pag. 71
2.3.- Uso para actividades sector terciario	pag. 73
2.4.- Uso guarda-bicicletas	pag. 78
2.5.- Uso para trasteros	pag. 81
2.6.- Usos temporales	pag. 84
2.7.- Usos para vivienda	pag. 86
Anexo. Licencias-Clasificación de locales	pag. 90

3. DISEÑO DE INICIATIVAS QUE ROMPAN CON EL EFECTO DE LOCALES VACIOS

3.1.- Imagen asociativa	pag. 97
3.2.- Tratamiento de fachada	pag. 99
3.3.- Iluminación sostenible	pag. 105
3.4.- El rótulo	pag. 107
3.5.- El toldo y el acceso al local	pag. 108
3.6.- la acera y espacios anexos	pag. 110
3.7.- Decoración y mobiliario de locales vacíos	pag. 113
3.8.- Escaparates	pag. 116
3.9.- Uso temporal de locales cedidos	pag. 118
3.10.- Gestión locales vacíos en alquiler	pag. 120
3.11.- Redacción de un guía de usos de locales y espacios disponibles	pag. 122

CRONOGRAMA DE ACTUACIONES	pag. 123
---------------------------	----------



1.- DISEÑO DE MEDIDAS PARA INCENTIVAR EL ALQUILER DE LOCALES VACIOS



INTRODUCCION

LA NECESIDAD DE LAS AYUDAS

La creación y apertura de nuevos establecimientos comerciales y mantenimiento de los existentes, se presenta como un elemento en la estrategia de competitividad y promoción económica para la reinención del espacio urbano y la cohesión social en nuestro entorno.

Cualquier plan de actuación en este tema debe establecer, como línea transversal, la innovación con una clara voluntad de activación de la economía local, tendente a promover nuevas oportunidades de negocio que cuentan como objetivo final con la creación de nuevos puestos de trabajo y el mantenimiento de los existentes. En este sentido, tiene gran importancia la cooperación entre los negocios urbanos a pie de calle y de éstos con las personas, en la búsqueda del posicionamiento de la ciudad, apuntando al mismo tiempo el papel facilitador de la iniciativa privada del Ayuntamiento para hacer la calle más viva.

Además, son las personas a través de los comercios y las empresas las que, buscando aportar valor añadido, pueden apostar desde sus comienzos por la aplicación de nuevos modelos de gestión que provoquen a su vez una regeneración de la estructura y tejido económico en la ciudad.

Las estrategias y actuaciones del cualquier programa de ayudas para la recuperación de locales comerciales vacíos que se diseñe se deben estructurar en torno a la rehabilitación comercial de zonas prioritarias y de baja densidad comercial del municipio. Resulta clave para el proceso de revitalización de estas zonas, impulsar la actividad comercial y empresarial, siendo ésta uno de los puntos fuertes para la recuperación económica de estas zonas. Se pretende la recuperación de la función económica y la revitalización de estos ejes, mediante la instalación de nuevas actividades e iniciativas que generen flujos de personas y actividad o renovación de las existentes. Una de las actuaciones esenciales para el impulso y desarrollo de la reactivación económica, lo constituye la movilización de superficies ociosas e infrautilizadas, en este caso, locales comerciales.

Las ayudas que se aprueben deberán buscar atraer nuevas actividades viables y mantener las existentes, así como propiciar que todo local comercial y la actividad que en el mismo se desarrolle, influyan de forma positiva en lograr un entorno urbano comercial competitivo y generador de valor añadido, tanto para los comercios como para los clientes, visitantes y residentes. Por ello, conscientes de que la imagen exterior y la actividad que se desarrolla o pueda desarrollarse en las plantas bajas de los inmuebles que se emplazan repercute en la imagen de la escena urbana edificada, procede la adopción de medidas de fomento para reactivar los locales que en la actualidad se encuentren sin uso,



innovar o mejorar las actividades existentes que lo precisen y renovar los locales existentes.

LA PROBLEMÁTICA DEL PRECIO DEL ALQUILER EN LOS LOCALES COMERCIALES

No obstante hay que mencionar que muchas veces la falta de iniciativa comercial o empresarial no es debida a la falta de interés del/la emprendedor/a sino al cúmulo de gastos y dificultades que supone iniciar una andadura empresarial. Como uno de estos gastos fijos, e insuperables en ocasiones, nos encontramos con el precio que hay que abonar mensualmente por el espacio donde se ejerce la actividad, es decir la renta del alquiler del local.

Todos conocemos ya, el efecto burbuja sobre el mercado inmobiliario. El sector empieza a reactivarse y los precios tanto de los alquileres como de las operaciones de compra vuelven a incrementarse.

En el mercado de los locales comerciales, se ha producido el siguiente fenómeno: escasez en las zonas de máxima de actividad comercial a pié de calle y en los Centros Comerciales que llamaremos súper A y A, sensación de escasez en general, precios muy elevados en todas las zonas y existencia de locales vacíos durante largo tiempo en las zonas más desfavorecidas comercialmente hablando, que serán B y C.

Como es evidente, los negocios necesitan locales comerciales pero también los locales necesitan a los/las emprendedores/as que los ocupan para que sus propietarios/as obtengan rendimiento. Si exceptuamos los locales comerciales A y súper A, los mejores de la ciudad, observamos cómo sigue habiendo locales vacíos que no se alquilan. Además, también vemos como otras hay muchos locales en los que a lo largo del tiempo se van abriendo y cerrando negocios sin parar en B y C.

La combinación de estos dos últimos factores indica claramente que los locales comerciales de las zonas B y C están sobre valorados: a los propietarios les cuesta alquilarlos y un alto porcentaje de quienes abren negocios en ellos se ven abocados al cierre. Si en un local cierran todo tipo de negocios, es que está demasiado caro para la capacidad de venta que tiene, porque ningún negocio ni ningún empresario/a es capaz de rentabilizarlo. Este fenómeno toma especial importancia cuando se analiza la evolución de un local en un plazo medio. Es impresionante la cantidad y diversidad de negocios que se llegan a montar en un mismo local durante 5 años. El único nexo de unión es que todos acaban cerrando: papelerías, tiendas de ropa, de alimentación, tintorerías, etc....

La observación simultánea del mercado inmobiliario y del mercado de negocios nos lleva a la conclusión de que el mercado no es transparente y es muy



ineficiente. Los precios de los locales no reflejan las verdaderas diferencias de ventas que se obtienen en ellos.

Al subir el precio de los locales, baja la rentabilidad de los negocios que viven en ellos, haciendo que algunos incluso cierren. Este hecho hace bajar la capacidad de atracción de los locales y forzará la vuelta a precios realistas más tarde o más temprano. Es posible que algunos de los negocios no funcionen por falta de gestión, pero cuando un local es muy bueno, suele hacer ganar dinero no solo a su propietario/a sino también a quien lo explota casi con independencia de lo que éste venda. Y su contrario también es cierto, cuando un local no lo es, muy pocos negocios consiguen rentabilizarlo.

En ocasiones es posible que el cierre sea producido por que el negocio que se montó no era coherente con la ubicación y en otras por que el empresario no era capaz, pero cuando en un local o una zona cierran muchos negocios de diferentes sectores y empresarios es una señal de que existe un problema de valoración.

La conclusión es clara: si al montar un negocio entramos en un local a un coste demasiado elevado nos va a reducir muchísimo las posibilidades de supervivencia y de poder generar beneficios, por ello es fundamental que para la pervivencia de cualquier negocio el costo de los gastos de arrendamiento del local sean lo más ajustado y realista posible, conforme al tipo de negocio que se quiere emprender. La decisión de ubicación concreta del negocio (binomio localización-precio) se toma habitualmente una sola vez durante la vida del negocio y es muy difícil de cambiar e influye mucho en la viabilidad empresarial.

Fundamental en este punto sería favorecer la existencia de unos precios de alquiler comedidos y acordes con la capacidad de cada emprendedor. También las ayudas que se creen, tanto para abonar parte del alquiler como para reformar los locales vacíos, incidirán positivamente en la ratio de aquellos negocios que logran su objetivo de subsistir y generar beneficios. Aquí es dónde se podría intentar favorecer este hecho mediante un control del precio de alquiler de los locales, que luego puedan acceder a las ayudas que a continuación se desglosarán, ofreciendo al propietario una serie de ventajas que contrarresten la posible limitación de la renta.

Como primer paso para el programa de ayudas al alquiler de locales vacíos se deberá concretar a quién vá dirigido y cuáles serán los requisitos básicos para su concesión, así como las condiciones que deben reunir tanto los solicitantes como los locales o los condicionantes legales básicos que se solicitan para su estudio.



1.1 REQUISITOS COMUNES A LAS AYUDAS PARA REACTIVAR COMERCIALMENTE LOCALES VACÍOS

Previamente al desarrollo de las ayudas que puntualmente se puedan llevar a cabo para incentivar el alquiler o la mejora de los locales vacíos, concretaremos cuatro elementos comunes a todas ellas, que deberán ser tomados en cuenta para su estudio y concesión en cualquier caso.

Estos cuatro elementos comunes son:

- 1) Las características que deben reunir aquellos locales comerciales susceptibles de ser utilizados para solicitar las ayudas
- 2) Los requisitos físicos y jurídicos que deben reunir los/las posibles solicitantes de las ayudas.
- 3) Un listado, no exhaustivo, de los proyectos de negocio que se podrían emprender en aquellos locales comerciales vacíos.
- 4) Una lista básica de los elementos que habrán de ser tenidos en cuenta para la valoración de los proyectos presentados por los/las solicitantes de las ayudas.

1.1.A) LOCALES SUCEPTIBLES DE RECIBIR AYUDAS

Aquellos locales susceptibles de recibir ayudas o subvención por este programa, deberán reunir una serie de requisitos mínimos, basados en los siguientes puntos:

- **Situación.-**

El local en cuestión deberá estar situado en la zona delimitada de actuación que se marque y deberá coincidir con aquella que urbanísticamente se quiera recuperar o potenciar. En este sentido se deberá realizar una enumeración exhaustiva de las vías urbanas que serán parte del plan de desarrollo comercial así como la posible preferencia o bonificación de alguna de ellas según se valore.

<ul style="list-style-type: none">• Superficie.- Una vez indicada la zona de actuación se habrá de considerar si los locales en cuestión deben tener una superficie máxima o mínima a fin de excluir algunos dados sus reducidas o magnificadas dimensiones, su incompatibilidad con el desarrollo comercial, etc...
<ul style="list-style-type: none">• Estado físico.- Los locales susceptibles de uso deberán contar al menos con un acceso directo e independiente desde la calle respecto del resto de la edificación en la que se ubiquen. Además de contar con al menos el 51 % de superficie útil de uso en planta calle. <i>*En este punto y otros, pueden surgir algunos casos puntuales que deberán ser tenidos en cuenta para ampliar la efectividad de las medidas (p.ej. puestos de mercado)</i>
<ul style="list-style-type: none">• Estado legal.- Local comercial calificado como tal en el registro de la propiedad y en la base de datos del Ayuntamiento, al corriente en sus obligaciones tributarias.
<ul style="list-style-type: none">• Titularidad.- Se puede tener en cuenta este hecho a la hora de estudiar las solicitudes, en atención a si son de propiedad particular de personas físicas, de personas jurídicas relacionadas con entidades e instituciones financieras, compañías de seguros, fondos de inversión, la propia administración, filiales de grandes empresas, etc...
<ul style="list-style-type: none">• Precio alquiler.- Se podrá fijar un precio tope por m² según zona; los locales comerciales que superen estos precios de alquiler no se tendrán en cuenta para este programa de ayudas. El esfuerzo a realizar por parte del Ayuntamiento y de los/las emprendedores/as demanda también el esfuerzo de los/las propietarios/as, debiendo alquilar los locales para ello en coherencia con los precios medios que se puedan fijar.
<ul style="list-style-type: none">• Inclusión bolsa alquiler locales vacíos.- Como otra acción más se puede crear una bolsa en alquiler de locales vacíos que reúna aquellos situados en las zonas que se quieren revitalizar. Mediante esta herramienta se darán a conocer sus características, precio, etc... y se puede exigir que estén incluidos en la bolsa para poder optar a las ayudas



1.1.B) BENEFICIARIOS SUCEPTIBLES DE RECIBIR AYUDAS

Aquellos/as solicitantes que quieran percibir las ayudas o subvención por este programa, deberán reunir una serie de requisitos básicos que pasamos a enumerar:

<ul style="list-style-type: none">○ Ser personas físicas, jurídicas, entidades sin ánimo de lucro, comunidades de bienes o sociedades civiles.
<ul style="list-style-type: none">○ Tener el domicilio social y fiscal en la ciudad de Zaragoza.
<ul style="list-style-type: none">○ Estar al corriente de pago en sus obligaciones con Hacienda, Seguridad Social y con el Ayuntamiento de Zaragoza.
<ul style="list-style-type: none">○ Contar con la correspondiente alta en el Impuesto de Actividades Económicas en el momento que se indique en las bases.
<ul style="list-style-type: none">○ Disponer, o haber solicitado, el inicio del procedimiento para la obtención de las correspondientes licencias municipales en caso necesario.
<ul style="list-style-type: none">○ Reunir los requisitos específicos establecidos para cada línea y programa de ayudas
<ul style="list-style-type: none">○ Aportar un plan de empresa viable conforme se indique en las bases
<ul style="list-style-type: none">○ Mantener los contratos o proyectos empresariales objeto de la subvención concedida durante el periodo establecido en cada una de las líneas.
<ul style="list-style-type: none">○ Comunicar al órgano concedente la obtención de otras subvenciones, ayudas e ingresos que financien las actividades subvencionadas. Esta comunicación deberá efectuarse tan pronto se conozca y, en todo caso, con anterioridad a la justificación de la aplicación dada a los fondos públicos.



- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">○ Ser PYMES (empresa que se ajuste a la definición de PYME de la Recomendación de la Comisión 2003/361/CE de 6 de Mayo de 2003 DO L 124, 20 de mayo de 2003) |
| <ul style="list-style-type: none">○ Otros que se consideren. |

Existirá un catálogo de exclusiones comunes que se puede enumerar:

- Las administraciones públicas ni las entidades vinculadas o dependientes de cualquiera de ellas.
- Los promotores/as que reiteradamente han solicitado ayuda municipal o que han demostrado ineficacia o falta de aprovechamiento de ayudas obtenidas anteriormente.
- Proyectos empresariales que resulten incongruentes o desarrollen actividades no deseadas.
- Empresas instrumentales.
- No podrán ser beneficiarios/as de las subvenciones las personas físicas o jurídicas que incurran en alguna de las circunstancias previstas en el artículo 13 de la Ley General de Subvenciones.
- Otras que prudencialmente se consideren (relación de parentesco hasta un determinado grado con el arrendador o relación empresarial, falsedades, etc...)

Existe también la **posibilidad de beneficiar de alguna manera determinada a aquellos/as jóvenes emprendedores/as menores de una determinada edad** (p. ej 30 años) que soliciten la ayuda o que hayan formado parte de algún programa previo de generación de empleo o de empresas del propio Ayuntamiento de Zaragoza.

También se puede hacer una reserva de fondos del programa para ser cubierto por aquellos/as emprendedores/as que pertenezcan a un grupo social en desventaja (mujeres maltratadas, parado/as de larga duración, etc...)



En caso de ayudas cofinanciadas por la U.E. habrá de tenerse en cuenta que el beneficio que como consecuencia de las actuaciones objeto de la ayuda vayan a obtener las empresas, queda sometido a la norma de "mínimis". De acuerdo con esta norma contenida en el Reglamento (UE) número 1407/2013, de la Comisión, de 18 de diciembre de 2013, relativo a la aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a las ayudas de "mínimis", la suma total de las ayudas percibidas por el beneficiario no podrá superar la cantidad de 200.000 euros en un período de tres ejercicios fiscales, para cualquier inversión y por cualquier Administración Pública que las conceda.

1.1.C) PROYECTOS SUSCEPTIBLES DE RECIBIR AYUDAS

Se deberá indicar en las bases si existen algunos proyectos empresariales o de otro tipo que merezcan una especial atención en el programa o algunos que directamente queden excluidos o no cuenten con toda la ayuda. En este sentido podemos poner algunos ejemplos de ambos grupos.

PROYECTOS CONTEMPLADOS.
<ul style="list-style-type: none">• <i>Comercio al por menor.</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Empresas de servicio dirigidas a las personas.</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Iniciativas en hostelería que aporten valor y calidad.</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Pequeños talleres de artesanía o reparación de bienes.</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Usos temporales de los locales con beneficio social para la zona.</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Cualquier otro que se establezca en locales comerciales vacíos y que se considere de interés siendo coherente con la contribución a la revitalización comercial de la zona.</i>

Condicionantes a los proyectos contemplados.



- Reunir las condiciones necesarias para la obtención de las licencias de apertura correspondientes.
- Que no se trate de una actividad comercial/empresarial que ya exista en la zona dónde se quiere instalar, a fin de diversificar la oferta.
- Que no se trate del traslado de una actividad en marcha desde otra zona del municipio a la de un local vacío subvencionable.
- Otros que se consideren.

1.1.D) VALORACION DE LOS PROYECTOS

Una vez presentados los proyectos se deberán valorar de una forma objetiva; el proyecto de negocio deberá obtener la calificación de subvencionable por los Servicios correspondientes.

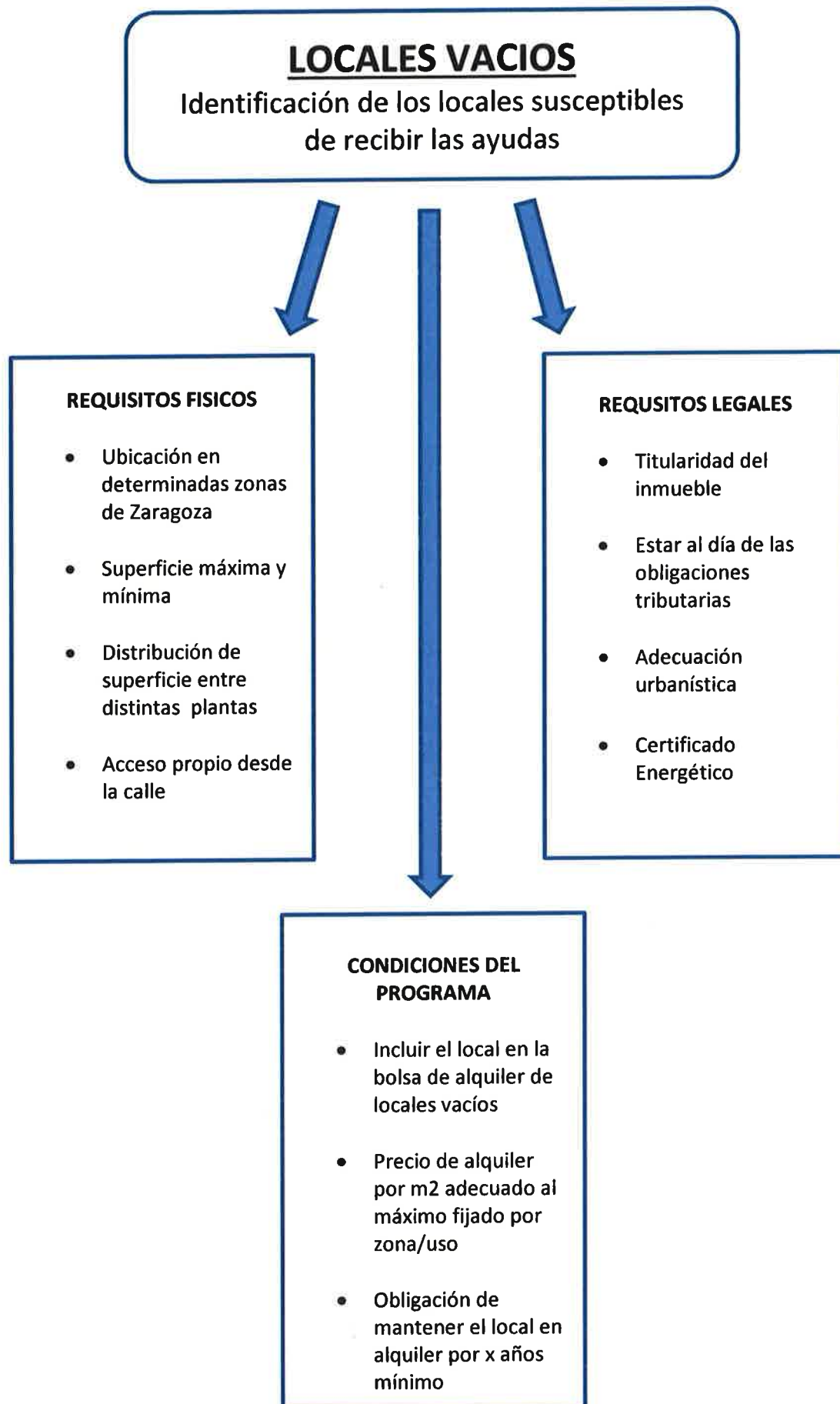
Para el análisis y evaluación de las solicitudes presentadas, se constituirá una Comisión de Valoración, cuya composición concreta se determinará en la correspondiente convocatoria. Los criterios utilizados por la Comisión en la valoración de las intervenciones a realizar para la implantación del proyecto de negocio deberán de tener en cuenta aquellos extremos que previamente se consideren más adecuados como pueden ser:

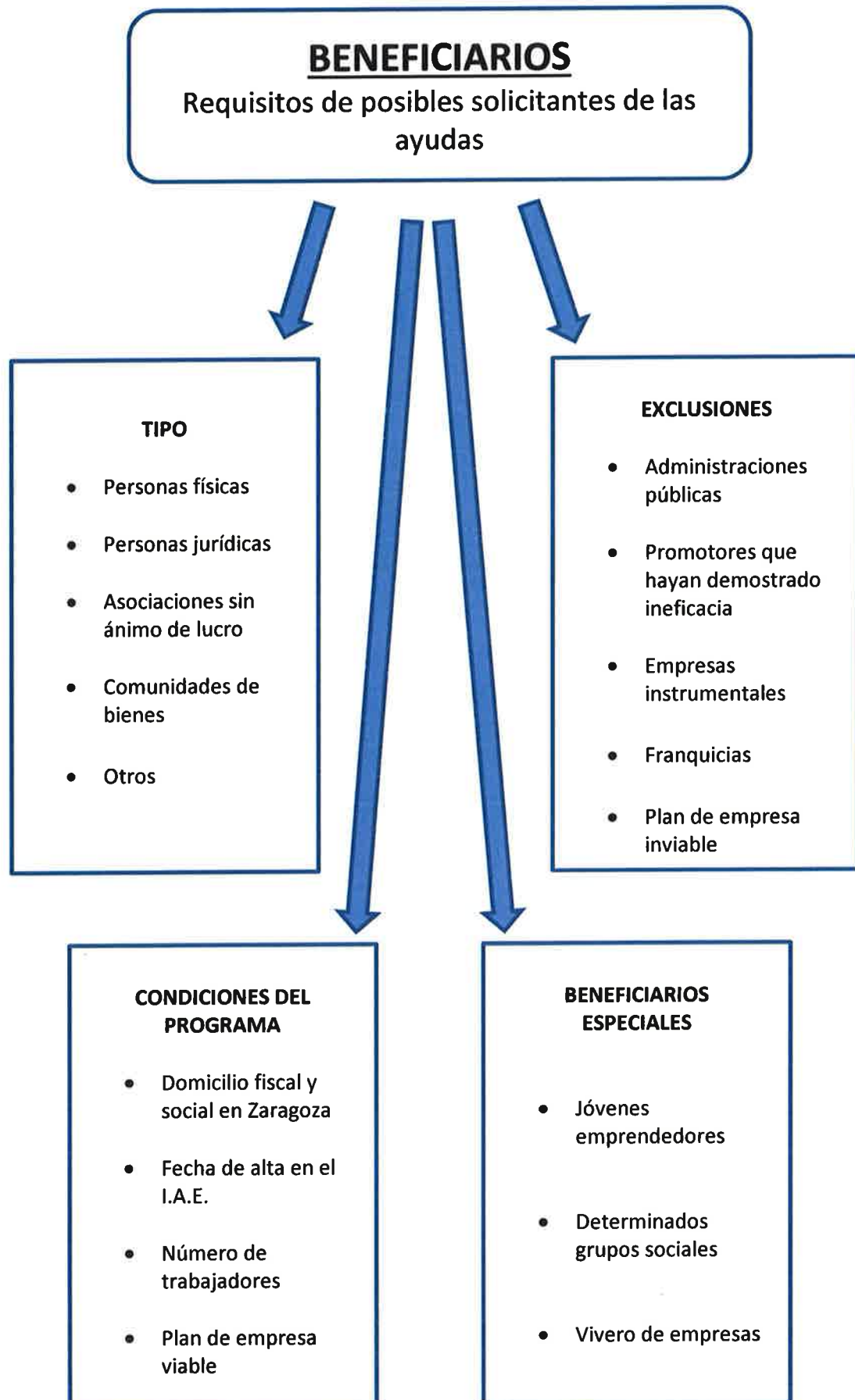
a)	<i>Geolocalización específica del local en las zonas indicadas.</i>
b)	<i>Características del local: emplazamiento, superficie ocupada.</i>
c)	<i>Alcance de la intervención propuesta: calidad del proyecto técnico, intervención constructiva y de diseño, incidencia de la intervención sobre los elementos del inmueble</i>
d)	<i>Capacidad del equipo promotor. En este apartado se valorará la formación y experiencia de las personas promotoras.</i>
e)	<i>Elementos innovadores del proyecto de negocio: venta on-line, utilización de TICs y redes digitales</i>



<i>f) Interés del proyecto de negocio a desarrollar: empleo directo que genera, capacidad de atracción y generación de flujo de personas al entorno, repercusión y difusión exterior de la actividad a implantar.</i>
<i>g) Originalidad e innovación respecto a la demanda existente. Se tendrá en cuenta, la situación de cada nueva actividad comercial, estudiando si hay actividades comerciales similares en esa calle o no, con el fin de no incurrir en casos de competencias desleales y similares.</i>
<i>h) Inversión prevista. Se tendrá en cuenta la inversión económica necesaria para la puesta en marcha de la actividad o apertura final del comercio. Se otorgará una puntuación por cada x € invertidos en la adecuación de local e instalaciones (sin computar el IVA), hasta un tope de x puntos.</i>
<i>i) Empleo generado. Se tendrán en cuenta el número de empleos totales generados por el proyecto. Se puntuará con x puntos por cada puesto nuevo de trabajo a crear, con un límite de x puntos.</i>
<i>j) Precio del alquiler. Se valorará positivamente que el precio a pagar por el emprendedor al propietario del local se mejore a la baja en relación a los precios medios de mercado recogidos en las tablas de valoración relacionadas con el precio de alquiler.</i>
<i>k) Edad de los/las solicitantes o su adscripción previa a algún programa de empleo o emprendedores del Ayuntamiento de Zaragoza.</i>
<i>l) Otras que se consideren.</i>

Las solicitudes presentadas deberán alcanzar una valoración mínima de x puntos, conforme a los criterios anteriormente que hayan sido seleccionados. En caso contrario serán desestimadas las solicitudes.





PROYECTOS – ACTIVIDADES

- Negocios de comercio al por menor/comercio de cercanía
- Empresas de servicios para personas
- Hostelería que aporte valor añadido o calidad
- Pequeños talleres artesanos o de reparación
- Espacio de aprovechamientos comunitario
- Diversificación respecto de los negocios existentes



VALORACION PROYECTOS – ACTIVIDADES

- Localización específica del local en las zonas indicadas.
- Características del local: emplazamiento, superficie etc....
- Alcance de la intervención propuesta.
- Capacidad del equipo promotor.
- Elementos innovadores del proyecto de negocio.
- Interés del proyecto de negocio a desarrollar.
- Originalidad e innovación respecto a la demanda existente.
- Inversión prevista.
- Empleo generado.
- Precio del alquiler.
- Edad de los solicitantes.



TIPOS DE AYUDAS PARA INCENTIVAR LA PUESTA EN USO DE LOCALES COMERCIALES VACIOS

1.2 FINANCIACION DE LOS GASTOS DE ARRENDAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES ALQUILADOS

Esta primera línea de ayudas irá dirigida a sufragar parte del alquiler durante un plazo determinado de tiempo y en una cuantía determinada, siempre que se genere como consecuencia del arrendamiento de un local vacío situado en la zona de actuación que se determine.

A partir de aquí deberemos estudiar por separado los distintos elementos participantes en la ayuda.

(BENEFICIARIOS/AS, LOCALES Y PROYECTO CONFORME A LOS PUNTOS ANTERIORES)

1.2.A) CONTRATO DE ALQUILER / ARRENDAMIENTO

Si se subvenciona parte del alquiler mensual deberá existir un contrato de arrendamiento debidamente formalizado conforme a ley y que cumpla algunas condiciones a fin de asegurar la efectividad del proyecto. Consideremos las siguientes:

1. **Objeto del contrato.**- Deberá girar sobre alguno de los locales situados en la zona de actuación, y en su caso, incluido en la bolsa de alquiler de locales.
2. **Duración del contrato.**- Independientemente de la duración máxima que acuerden las partes se deberá fijar un mínimo que coincida con la obligación temporal de mantenimiento de la actividad comercial activa en el local. Así prudencialmente se entiende que la duración mínima del contrato debería de ser de al menos dos años, con cinco como cifra recomendada.

3. **Condiciones legales.**- Se revisará el contrato para observar que está conforme a derecho y no existen intenciones ocultas. Se revisará la titularidad del arrendador para que coincida realmente con el titular registral..

4. **Depósito de fianza y certificado energético.**- Se comprobarán que esos dos extremos han sido cumplidos, el depósito de la fianza ante el Servicio de Fianzas de la D.G.A. y la existencia del correspondiente certificado energético.

5. **Precio.**- El precio del arrendamiento deberá figurar en el contrato de forma clara y definida. En este punto habrá que atenderse a si se ha fijado un precio máximo por metro cuadrado de local, conforme a las bases de las ayudas, y comprobar la adecuación del precio y superficie del mismo.

6. **Obligaciones adicionales.**- Se puede solicitar la formalización de un seguro de rentas y/o responsabilidad civil y su acreditación.

ESTUDIO Y FIJACION DEL PRECIO DE ALQUILER MAXIMO

En este punto hay que detenerse en el sistema de fijación de un precio de alquiler por metro cuadrado de los locales que se arrienden y quieran solicitar la ayuda, como medida añadida de control y de favorecimiento a los emprendedores/as.

En la práctica, un local cuesta según un estándar que viene marcado por la ciudad, la zona en la que esté, la calle y los metros que tenga. El mercado tiende a fijar los precios según las últimas colocaciones de productos similares que ha habido.

(Precio de mercado = Coste).

Cuando el precio de un local sube, todos los locales disponibles similares tienden a subir rápidamente al conocer la información. Sin embargo, el movimiento contrario, el de bajada es más lento y traumático: suele producirse vía crisis, por absorción de la inflación (un 4% anual durante 5 años es un 20%)

y por la pérdida de rentabilidad del coste de oportunidad del capital que no tiene alquilado el local durante un plazo largo (dos meses sin alquilar un local equivalen a un 17% de pérdida de intereses). A los tenedores de locales les cuesta mucho más ceder a la baja que pedir más. Hasta que no existe una conciencia de que el mercado está muy tocado por falta de operaciones no vuelve a su sitio.

La recopilación de datos es fundamental para conocer la media de los precios de alquiler, aunque éstos pueden variar significativamente de un local a otro de la misma calle, dado su estado o localización que le haga ser más atractivo para el fin comercial o empresarial al que está destinado.

Las **consultas de campo** sobre el valor en alquiler se pueden efectuar sobre los mismos anuncios que los propietarios publicitan en distintos medios tanto físicos como digitales para obtener una media del precio de mercado.

Además contamos con la **nueva app del Gobierno de Aragón** en la que se informa del precio medio de los depósitos de fianzas por alquiler de locales en la ciudad de Zaragoza, desglosados por años. Estos datos juntos con los demás recogidos pueden servir para bosquejar un precio de alquiler máximo aceptable según zonas.

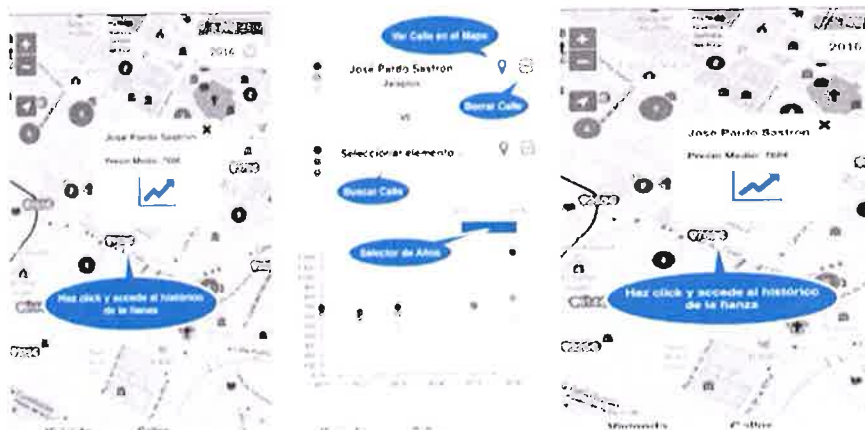


Inmuebles de alquiler, Aragón

Gobierno de Aragón Herramientas

PEGI 3

Instalada





Para solventar la distorsión que puede producirse en el estudio del precio debido al amplio rango de superficies que presentan los locales comerciales y a las diferentes zonas en las que se desarrollan los usos de los locales, se han de realizar diversos ajustes previos en las tramas de datos valorados:

- 1) Se ha de estudiar el Precio Unitario valorado exclusivamente en las plantas bajas de calle, eliminando así las distorsiones que, sobre el precio de planta baja, producen los menores precios de las plantas superiores e inferiores en aquellos locales que las tienen.
- 2) Se han de eliminar aquellos registros con superficies en planta baja inferiores a los 10m² y superiores a los 500m², eliminando el efecto de distorsión del precio que provocan las medianas superficies >500m² así como el exceso de precio comparado de los locales mínimos o residuales.
- 3) Se han de eliminar aquellos registros cuya ubicación, superficie y precio resultaban idénticos, de manera que un mismo inmueble y un mismo precio no obtuvieran un mayor peso en los modelos de las muestras.
- 4) Se han de eliminar aquellos registros cuyos precios unitarios obtenían claros infravalores en zona debido a posiciones interiores o problemas para el uso comercial apreciados por el tasador.
- 5) Se ha de realizar un con el fin de establecer el Precio Unitario modelo aplicable para 100 m² y para 200 m² de superficie teórica en planta de calle.

1.2.B) CUANTIA DE LA SUBVENCION

La subvención irá dirigida a financiar el coste de arrendamiento del establecimiento comercial en el que el/la beneficiario/a haya establecido su negocio, fijándose un plazo máximo de tiempo en el que los gastos de arrendamiento podrán ser objeto de subvención.

Para la **base de cálculo de la cuantía de la subvención** se podrá tomar como referencia distintos parámetros:



1. Un precio máximo de arrendamiento por metro cuadrado calculado para cada zona comercial, emitido previamente y contemplado en unas tablas publicadas. La determinación individualizada de la cuantía de la subvención se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:
 - 1.1. Ninguna subvención podrá superar el importe total que resulte de multiplicar el precio máximo de arrendamiento fijado para cada zona comercial por el número de metros cuadrados del local comercial, por el número máximo de meses del período objeto de subvención, con un máximo admitido en la superficie comercial objeto de subvención de X m² (cuantía subvención= €/m² x m²/local x n° de meses). En el cómputo de esta superficie máxima quedan excluidas las zonas de almacén para uso del local comercial.
 - 1.2. Los locales comerciales que superen el precio máximo calculado por metro cuadrado o el límite de X m² de superficie se ajustarán a la baja para acceder a este programa de subvenciones, con el fin de atender el mayor número de solicitantes, y garantizar que la cuantía de la subvención a reconocer sea acorde a los precios que fija el mercado.
 - 1.3. El importe de la subvención que se otorgue en ningún caso podrá ser de tal cuantía que, aisladamente, o en concurrencia con otras subvenciones o ayudas procedentes de otras Administraciones Públicas o de otros entes, públicos o privados, supere el coste de la actividad a desarrollar por el/la beneficiaria.
2. Una cuantía fija máxima mensual independiente del precio de arrendamiento total del local y de superficie (siempre que se respeten mínimos y máximos), basada en un % de la renta mensual con un tope (p.ej. un máximo del 50 % con un tope de 300 euros/mes por local).
3. Otros conceptos que podrán ser tenidos en cuenta en la cuantía de la ayuda es una fijación de bonus o malus (al alza o a la baja en %) respecto de la situación del local en una zona determinada, por implantación de una determinada actividad por la edad del/la solicitante, etc...
4. Otra opción a tener en cuenta a la hora de la concesión es la posibilidad de cuantificar el tanto por ciento de ayuda a percibir respecto de la puntuación que se obtenga en la valoración de los requisitos que se soliciten para la

concesión, creando unos grupos de comparación de los resultados obtenidos sobre un total de 100 punto máximo.

Así por ejemplo:

Puntuación obtenida	Cuantía
De 1 a 50 puntos	50 % de la cuantía de la ayuda
De 51 a 100 puntos	100 % de la cuantía de la ayuda

1.2.C) OTROS CONCEPTOS POSIBLES A INCLUIR EN LA AYUDA

Primordialmente la ayuda versará sobre la renta mensual de alquiler que abona el beneficiario al propietario/a del local en concepto de arrendamiento.

No obstante, y dentro del mismo contrato de arrendamiento de local para ejercer la actividad comercial se podrían incluir otros conceptos englobados en la ayuda como podrán ser:

- Seguros de rentas para garantizar el buen fin del arrendamiento. Este punto debería ir siempre supeditado a la inclusión del local en la bolsa de alquileres vacíos, para incentivar a los propietarios/as a alquilar su local a través del programa. Sería un pago anual, ya que estos seguros son de prima anual y la cuantía del mismo dependerá de la renta anual, con una cuantía máxima a subvencionar y en un solo pago.
- Seguros multirriesgo y de responsabilidad civil, que deberá contratar el/la arrendatario/a para iniciar su actividad comercial, profesional, etc...Pago anual.
- Gastos de suministros (electricidad, agua, etc...) que se generen en el desarrollo de la actividad empresarial fijada en el local alquilado. De cálculo más difícil ya que de una actividad a otra pueden variar mucho. Generación mensual.

- Gastos de comunidad del local que se generen respecto al inmueble del que forma parte. Abono mensual.

1.2.D) DURACION DE LA AYUDA

La duración temporal durante la cual se genere el derecho a percibir la ayuda deberá ser también fijada previamente.

En primera instancia se deberá concretar un plazo mínimo, que por ejemplo sea un año.

A continuación habrá que considerar si se puede prorrogar un segundo año, de manera automática y si se mantienen las mismas condiciones del alquiler; en este caso se debe estudiar si este segundo año se reduce la cuantía de la ayuda en un % respecto de la del primer año.

Por ejemplo:

<i>Duración</i>	<i>Cuantía</i>
Año 1	50 % alquiler o 300 €/mes máximo
Año 2	25 % alquiler o 150 €/mes máximo

1.2.E) ABONO DE LA AYUDA Y POSIBILIDAD DE CESION DE LA AYUDA DE ALQUILER AL PROPIETARIO/A

El/la emprendedor/a que haya resultado adjudicatario/a de la subvención, para poder cobrar la subvención con la cual hacer frente a los gastos de alquiler del local, deberá presentar mensualmente en el departamento designado al efecto el justificante de pago del alquiler. La ayuda económica correspondiente a cada mensualidad justificada se abonará al/la emprendedor/a a mes vencido. No se aceptará otra forma de pago para acreditar el mismo, que el ingreso en cuenta o la transferencia bancaria.



Con la finalidad de garantizar al/la arrendador/a el cobro de una parte de la renta del alquiler, y como garantía del buen funcionamiento del programa, el/la beneficiario/a de la ayuda (arrendatario/a) podrá optar por ceder o endosar el derecho al cobro de esa subvención mensual a favor del/la propietario/a-arrendador/a del local que ocupa, presentando el correspondiente documento que lo acredite, para hacer efectivo el abono, previa toma de razón.

La forma será una vez concedida la subvención mediante un documento que se tendrá que presentar por triplicado, y deberá indicar al menos: - Identificación del derecho del crédito y su importe. - Nombre, apellidos, NIF y firma del endosante y del endosatario. - Fecha de la cesión del derecho. - N° de cuenta bancaria cuyo titular sea el endosatario, con sello de verificación de la entidad bancaria (ficha de terceros).

Esta actuación podría redundar en aumentar el interés que pongan los/las propietarios/as de locales para adscribirse al programa, en tanto en cuanto es una garantía adicional de parte del pago de la renta.

1.2.F) OBLIGACIONES DE LOS/LAS BENEFICIARIOS/AS

Al ser concedida la ayuda se entiende se han de cumplir todas las condiciones las condiciones establecidas en las correspondientes bases mientras dure el abono de la ayuda, conllevando la declaración de la pérdida de derecho a la subvención el incumplimiento de las mismas con la obligación a restituir las cantidades percibidas y la exigencia del interés de demora correspondiente.

Además de los incumplimientos genéricos referidos, y que se deprenderán del texto de las bases, en los casos específicos siguientes se actuará del mismo modo:

- *No colocar en el local arrendado la publicidad del programa de ayudas que lo identifica como beneficiario.*
- *No abonar el alquiler al/la propietario/a durante dos meses consecutivos o alternativos.*
- *El cierre del local o cese de la actividad por causa imputable al/la arrendatario/a (emprendedor/a) durante dos o más meses seguidos.*



- *Cambio de la actividad sin previa autorización del Ayuntamiento.*
- *No responder a las obligaciones hacia el local y su propietario/a. En estos casos el Ayuntamiento estudiará la solicitud o queja del propietario/a y tomará las medidas que considere necesarias.*

1.3 AYUDAS POR RENOVACION, REFORMA Y APERTURA DE LOCALES

Otra línea de ayudas podrá ir dirigida a la realización de obras de mejora o adaptación en los locales vacíos que posteriormente serán alquilados y abiertos al público nuevamente.

Esta línea puede enlazar con la anterior, en el sentido de exigir que para acceder a las ayuda a la renovación se cumplan a posteriori también los requisitos de la ayuda al alquiler.

Como limitaciones se podrá poner topes a la dimensión del local a reformar, al tipo de comercio que se implante, etc...

Las subvenciones previstas en este epígrafe se destinarán a financiar las siguientes actuaciones:

- La realización de obras o reformas para la apertura de un nuevo local comercial o para su modernización, ampliación o acondicionamiento.
- Los beneficiarios podrán ser:
 - Propietarios que posteriormente ponen el local en alquiler.
 - Arrendatarios que realizan la reforma para abrir un negocio.

1.3.A) GASTOS SUBVENCIONABLES

Serán gastos subvencionables aquellos que respondan de manera inequívoca a la realización de las actividades subvencionables y deriven de los conceptos que se describen a continuación.



Respecto a la realización de obras o reformas para la apertura de un nuevo local o para su modernización, ampliación o acondicionamiento:

1) Conceptos incluidos:

- *Obras de albañilería, fontanería, carpintería, pintura. Puertas y ventanas.*
- *Instalación de suelos y revestimientos en techos y paredes.*
- *Remodelación y reforma de escaparates y fachadas.*
- *Instalaciones eléctricas.*
- *Aire acondicionado y calefacción.*
- *Instalación de persianas, rótulos, toldos y cualquier otro elemento que incide positivamente en la imagen exterior del establecimiento.*
- *Elementos de cierre exterior y protección de escaparates.*
- *Restauración de elementos especiales y de interés arquitectónico.*
- *Eliminación de barreras arquitectónicas y mejoras de la accesibilidad.*
- *Estudios y proyectos de reforma y adecuación.*
- *Instalación de sistemas de ahorro energético o reciclaje.*
- *Otros que se consideren*

2) Conceptos excluidos:

- *Pago de derechos de traspaso.*
- *Obras e instalaciones complementarias y accesorias a los elementos estructurales de la edificación, como escaleras, montacargas, ascensores*



En ningún caso, serán objeto de subvención los siguientes conceptos:

- Impuestos y tasas (licencias, I.V.A., ocupación de la vía pública, etc.).
- Los bienes usados.
- Los gastos de reparación, sustitución y mantenimiento.
- No se podrán subvencionar inversiones cuando el/la vendedor/a de los activos o prestador de la actividad fuera el/la adquirente o se diera un supuesto análogo del que pudiera derivarse auto facturación.
- Adquisición de activos mediante leasing.
- La adquisición de bienes ni la realización de gastos que no sean estrictamente necesarios para la actividad empresarial, así como aquellos que puedan ser afectados al uso privado de personas socias de la empresa, dirigentes, gerentes, propietarios/as o sus familiares.

1.3.B) CUANTIA DE LA AYUDA POR RENOVACION Y REFORMA

Dependiendo del tipo de actuación pueden fijarse unos mínimos y unos máximos, tanto de gastos realizados como de ayuda a percibir.

✓ Proyectos de modernización integral del local comercial incluidos en un proyecto técnico de decoración e interiorismo.
✓ Para el conjunto de estas actuaciones, la inversión máxima subvencionable (p.ej) será de 25.000 € (IVA excluido) y la inversión mínima, de 5.000 € (IVA excluido).
✓ El porcentaje de subvención será el 50 % de la inversión realizada, atendiendo a los máximos y mínimos fijados.
✓ La inversión máxima subvencionable se ampliará hasta 1.000 € para atender los costes por los servicios profesionales de elaboración y redacción del proyecto técnico de interiorismo y decoración, siempre que éste no supere el 10 % de la inversión total solicitada.



<p>✓ Para acceder a esta ayuda los/las solicitantes deberán acreditar un proyecto con un importe mínimo total de inversión que se fijará prudencialmente.</p>
<p>✓ El/la solicitante deberá presentar una memoria explicativa de las diferentes actividades realizadas objeto de subvención. Deberá incluirse ente otros una memoria fotográfica del antes y después de la actuación y una suscrita y numerada de los gastos realizados, ordenada y totalizada por conceptos. Como documentos justificativos se estudiarán las facturas que acrediten el gasto realizado.</p>
<p>✓ El pago se realizara siempre contra facturas acreditadas y abonadas con los medios de pago debidamente acreditados.</p>
<p>✓ Una vez se conozca la partida presupuestaria a tal fin se puede estudiar la cuantía de las ayudas mínimas y máximas a fin de llegar al máximo número de solicitantes para hacer más efectivo el programa.</p>

1.3.C) POSIBILIDAD DE APLICAR LA AYUDA A NEGOCIOS EXISTENTES

Tan importante es la reapertura de los locales vacíos como el mantenimiento de los que están activos y mantiene vivo el tejido comercial del barrio. Por ello y con la idea de fijar la actividad comercial/empresarial en la zona y no premiar sobremanera a los/las “recién llegados/as”, se debería contemplar la posibilidad de ampliar esta vía de ayudas a aquellos comercios o empresas, que estando localizados en las zonas de actuación urbana seleccionadas, ya estén en funcionamiento pero quieran modernizarse o ampliarse conforme a las bases del programa.

En estos casos se exigirán las mismas condiciones que al resto de los/las solicitantes en tanto en cuanto a la situación de local, incompatibilidades, titular de los negocios, etc... pero con los añadidos siguientes:



- Una vez finalizadas las obras se deberá continuar al menos con misma la actividad comercial/empresarial que se viniera llevando a cabo en el mismo local, aunque es posible ampliar esta actividad comercial/empresarial a otros usos compatibles con la primera.
- Se deberá mantener la explotación comercial del local al menos durante los cuatro años siguientes a la concesión de la ayuda, sin posibilidad de traspaso salvo causa justificada.
- No se podrá abandonar un local para reformar y retomar la actividad en otro distinto al primero que se ocupaba, aunque sí cabe la ampliación del espacio de negocio a uno colindante o adyacente.

DIAGRAMA BASICO

AYUDAS AL ALQUILER DE LOCALES VACIOS

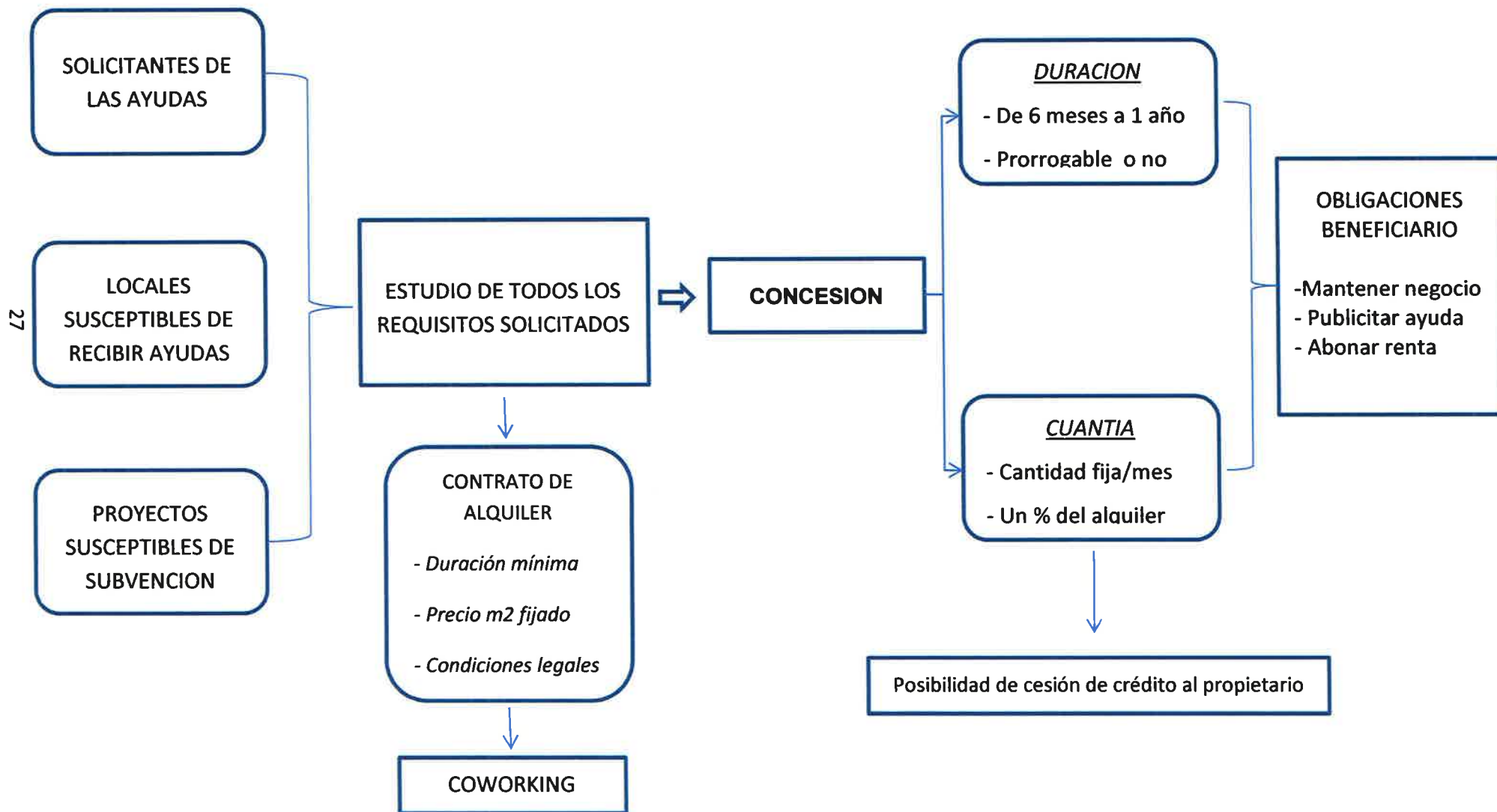
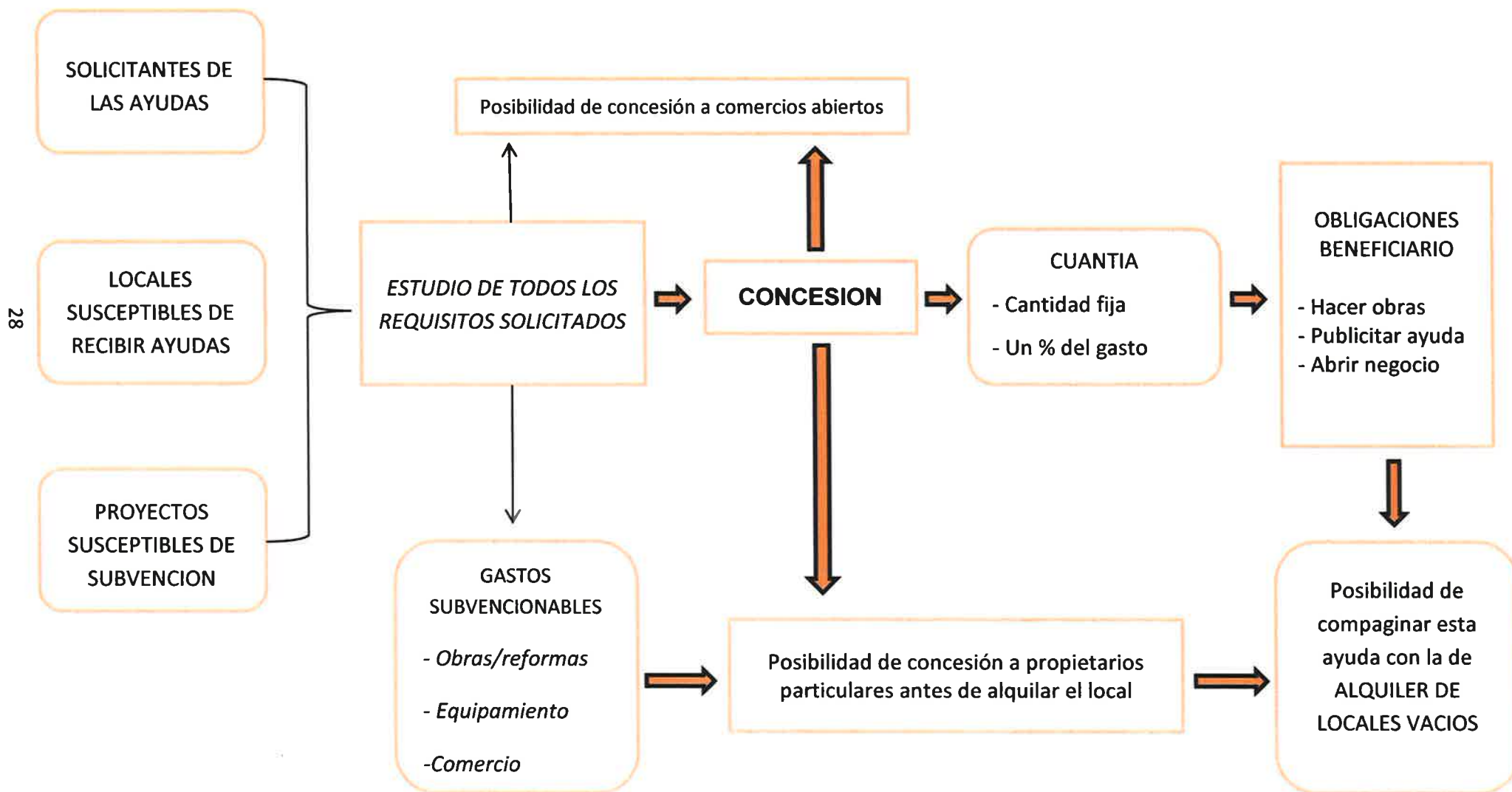


DIAGRAMA BASICO

AYUDAS A LA REHABILITACION DE LOCALES VACIOS





1.4 AYUDAS A LA PUESTA EN VALOR DE LOCALES

La puesta en valor, como su nombre indica, ha de pasar por realzar y reafirmar las posibilidades comerciales del propio local o negocio sin llegar a emprender costosas obras.

Para eso, uno de los objetivos del plan es impulsar la revitalización y modernización del comercio prestando especial atención a la imagen y la presentación del producto. El comercio es una actividad en constante evolución, donde las nuevas tecnologías y los cambios en los hábitos de compra de las personas consumidoras exigen a los comerciantes una constante actualización.

En los últimos tiempos, la modernidad se une a la tradición, la realidad virtual se mezcla con la presencial, en definitiva, los valores del comercio de cercanía cobran más vigencia que nunca: la calidad, la cercanía, la atención personalizada y sobre todo la imagen.

La relevancia asignada a la imagen de los establecimientos comerciales se acrecentó en los últimos años. Marcar la diferencia frente a los demás y provocar la atracción del consumidor con el aspecto externo e interno y la forma de colocación de los artículos cobra especial relevancia y nos permiten hablar de un establecimiento moderno y competitivo.

La imagen es así una clara herramienta estratégica de los comercios al por menor en un mercado cada vez más complejo y diverso.

Con esta premisa en mente es posible subvencionar la realización de aquellas medidas que tengan como fin la puesta en valor con unos costes económicos más que ajustados y con un efecto revitalizador de la actividad comercial adecuado.

Podemos dividirlos en tres grupos, en atención a su naturaleza:

- 1) **Rehabilitaciones estéticas de locales comerciales.** Aquellas con un componente económico más bajo y dirigidas directamente a mejorar el aspecto visual de los locales y su percepción por los clientes con un coste reducido en atención a la actuación y los materiales usados, como por ejemplo:
 - Pintado de fachadas, persianas, accesos, interiores, etc...
 - Reparación/ iluminación o colocación de rótulos.

- Habilitación de espacios interiores de exposición en los comercios o en sus accesos para demostraciones, exposición de productos, actividades, etc.
 - Mejora de escaparates.
- 2) **La adquisición de mobiliario** destinado a la mejora de la imagen comercial y adquisición de equipamiento especializado para la exposición del producto que sea necesario para el desarrollo de la actividad comercial y de uso exclusivo en la superficie de exposición y venta
- 3) **Aquellas con un componente económico** y dirigidas directamente a obtener un rendimiento acorde con su inversión, en atención a los efectos empresariales que buscan, como por ejemplo:
- Gastos derivados de las labores de prospección y estudios de mercado.
 - Proyectos de renovación y mejora de la imagen comercial, siempre que impliquen una renovación clara y directa de la imagen del establecimiento comercial.
 - Gastos en comunicación, publicidad, promoción comercial, etc...
 - Gastos e inversiones derivados de la informatización y desarrollo tecnológico.
 - Respecto al comercio electrónico, se considerarán gastos subvencionables: *La adquisición e implantación de herramientas de software de comercio electrónico que incluyan la funcionalidad de venta online, con pasarela de pago y carrito de la compra, o en su caso, los de adaptación de tiendas virtuales ya existentes para incorporar dicha funcionalidad*
 - *El smart commerce* sitúa al cliente como el factor estratégico. Hoy en día los usuarios buscan una experiencia de compra potenciada por la tecnología y la transparencia, esperan relacionarse con las empresas de una forma personalizada, ya sea en persona o en línea.

- *El social commerce*, la presencia del comercio en las redes sociales y la gestión de comunidades, permite ofrecer una experiencia personalizada de compra en función del perfil de cada cliente y constituye una herramienta para mejorar la competitividad de la empresa comercial toda vez que amplía sus potenciales clientes, mejora el posicionamiento y el reconocimiento de la empresa y su marca y es un excelente canal para la atención al público y dar servicios al cliente.

Para el conjunto de las actuaciones relacionadas la inversión máxima subvencionable será de 60 € (IVA excluido) por metro cuadrado de la superficie de exposición y venta del local comercial y la inversión mínima del conjunto de las actuaciones subvencionables, de 3.000 € (IVA excluido), en caso de que la superficie de exposición y venta sea igual o superior a los 50 metros cuadrados. En los establecimientos comerciales con una superficie de exposición y venta inferior a 50 metros cuadrados la inversión mínima del proyecto subvencionable no podrá ser inferior a 1.500 € (IVA excluido).

La inversión máxima para el conjunto de las actuaciones es de 9.000 € (IVA excluido). El porcentaje de subvención será el 40 % de la inversión máximo subvencionable.

Los gastos a tener en cuenta, con excepción de los equipos y programas informáticos, deben destinarse al espacio de la sala de ventas del establecimiento y/o a la parte externa del establecimiento (fachada), o en su defecto, se deberá justificar en la memoria que deberá presentarse, la necesidad de su realización para el buen funcionamiento de la sala de ventas o que redundarán de manera clara en la atención al/la cliente y en general, en una mejora de la gestión del establecimiento.

1.5 AYUDAS AL RELEVO GENERACIONAL Y CONTINUIDAD

Tan importante como la apertura de nuevos comercios es el mantenimiento de los existentes en las zonas urbanas a tratar. Por éste motivo se ha de contemplar la opción de facilitar el traspaso de negocios establecidos para garantizar su continuidad a la par que se atraen otros nuevos.

La existencia de una base de datos en la que constan los comercios existentes en la zona permite conocer el número de cada uno de ellos con el objetivo de dar continuidad a la actividad de los locales, en los casos de jubilación o cese de la actividad, facilitando la misma a través de nuevos/as emprendedores/as. Además en estos casos se debería poder acceder a las ayudas tanto en alquiler del local como en gastos de renovación o mejora.

El objetivo es dar respuesta al relevo generacional ya iniciado y al que se prevé en el sector comercial.

En estas situaciones podemos encontrar dos opciones:

1. Mantener el negocio actual realizando el traspaso correspondiente.

- Un/a emprendedor/a opta por continuar con un negocio en funcionamiento, optando a él mediante un contrato de traspaso con el/la antiguo/a comerciante y el/la titular del local en su caso. Se deberá demostrar la viabilidad del negocio actual, mediante los estudios adecuados y presentando la documentación necesaria y elaborada en colaboración con las entidades correspondientes (apartado financiero, estructural, sectorial, etc.) Para que se entienda que el proyecto presentado entra dentro del apartado del relevo generacional, el comercio que ha mantenido la actividad los últimos años deberá tener un mínimo de 10 años de antigüedad en el sector comercial. En este punto se deberá elaborar un plan para la modernización y mejora de la rentabilidad del negocio.

2. Mantener activo el local comercial mediante un nuevo negocio.

- En este caso aunque se continuará ejerciendo una actividad comercial en el mismo local, no será la actividad del negocio actual y se daría inicio a un nuevo negocio en ese local, con un plazo máximo de tiempo desde el



cierre del primero y a la apertura del siguiente. Será condición "sine qua non" la presentación de una memoria-proyecto o plan de viabilidad elaborado. En todo caso habrá de estudiarse los datos básicos del negocio elegido o propuesto para esta transmisión o continuidad de negocio (a qué sector pertenece, antigüedad de la empresa, número de trabajadores, donde está ubicado, cartera de clientes, etc.)

Una vez se entiendan cumplidos los requisitos indicados los/las nuevos/as comerciantes/empresarios/as podrán optar a las ayudas que se hayan fijado previamente tanto para el alquiler, como para la rehabilitación u otras.

El objetivo es facilitar el acceso a la jubilación o el cese de la actividad del/la comerciante/propietario/a que ha ofrecido sus servicios al comercio y mantener una oferta amplia del sector comercio.

1.6 AYUDAS A ESPACIOS DE COWORKING

Si profesionales de diferentes sectores, autónomos/as, emprendedores/as y empresarios/as comparten el mismo espacio físico para trabajar en sus propios proyectos hablamos de coworking. Pero el coworking no solo es compartir gastos y romper con el aislamiento, también se trata de pertenecer a una comunidad de individuos que están abiertos a intercambiar ideas, proyectos, conocimiento, y lo más importante, están dispuestos a colaborar.

Desde el año 2012, más de 400 espacios de coworking están a pleno rendimiento en Europa. Y en menos de 5 años, el total de los espacios de coworking ha alcanzado la cifra total de las incubadoras y centros de innovación que están operando en Europa. Los espacios de coworking están brotando por todo el planeta, es un movimiento global que está cambiando el modo de trabajar y la forma de interactuar en los espacios de trabajo. Los espacios de coworking son un reflejo de la aparición de nuevos modelos y nuevas expectativas en el mundo de los negocios y en la sociedad en general.

El número de espacios de coworking en todo el mundo casi se duplica cada año. En toda Europa, las instituciones públicas y las empresas están empezando a considerar el coworking como fuente de inspiración para poner en práctica nuevos enfoques de trabajo, innovación y colaboración.

Se puede contemplar una línea de ayuda específica para la creación de éste tipo de espacios en algunos de los locales vacíos con sujeción a las siguientes premisas:

- A. **Objeto.** La ayuda está dirigida a facilitar a las pequeñas empresas su primera ubicación en un espacio de coworking o centro de empresas, u otro espacio susceptible de alquiler para el desarrollo de una actividad económica. A efectos de esta convocatoria se entiende por "coworking" la forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente pero a la vez que fomentan proyectos conjuntos fundamentalmente.
- B. **Requisitos de las personas beneficiarias.** Podrán ser beneficiarias las personas físicas y jurídicas privadas, cualquiera que sea su forma jurídica, que ejerzan una actividad económica lucrativa y cumplan los siguientes requisitos:

- a) Domicilio social y fiscal en el municipio de Zaragoza y que desarrollen su actividad en un centro de coworking.
- b) Plantilla no superior a x trabajadores.
- c) No haber transcurrido más de x años desde la declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- d) Presentar un plan de empresa viable de la actividad que se desarrolla o se pretende desarrollar.
- e) Otros

C. Requisitos del espacio susceptible de alquiler: El espacio común donde se desarrolle la actividad empresarial deberá cumplir los siguientes requisitos:

- a) Espacio de coworking o centro de empresas de titularidad privada en local de planta baja, donde desarrolle la actividad la empresa del solicitante de la subvención, y que cuente con una cartera de servicios añadidos a prestar a las empresas alojadas.
- b) Contar con el correspondiente contrato legal o documento que acredite el alojamiento de la persona o empresa solicitante de la ayuda en el centro.

D. Acciones subvencionables. Será objeto de ayuda la primera ubicación por parte de personas físicas y jurídicas privadas que cumplan los requisitos en un espacio de coworking. En este caso deberá contar con contrato legal de arrendamiento conjunto, en el que aparezca identificado la persona o empresa solicitante de la ayuda.

E. Gastos subvencionables. Tendrán la consideración de gastos subvencionables los importes abonados en concepto de alquiler. No se considerarán gastos subvencionables:

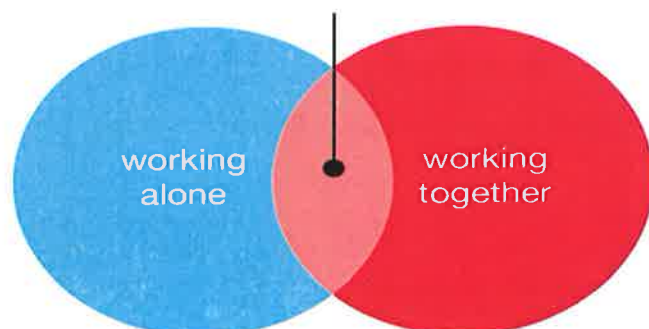
- Gastos de comunidad o cualquier otro gasto diferente del alquiler girado por los propietarios de los espacios a los inquilinos.
- Fianzas constituidas como garantía del cumplimiento de las condiciones del contrato.
- Impuestos correspondientes a los conceptos subvencionables.
- Los suministros (luz, agua, teléfono y similares).

- Los servicios complementarios (limpieza, seguros, administrativos, telefónicos, informáticos, Internet, recepción-atención al público, vigilancia, custodia de documentos y similares).

F. **Cuantía de las ayudas.** La subvención será de una cantidad fija mensual (o un tanto por ciento) por mes de alquiler efectivamente pagado, con un límite máximo concedido por empresa beneficiaria o emprendedor/a de 12 mensualidades. El periodo de concesión de la ayuda será determinado en la Resolución de la convocatoria para cada proyecto subvencionado, atendiendo a las características del mismo.



CoWorking





1.7 PROPUESTA DE AYUDAS A ESPACIOS DE “POP UP STORE” y “STOREFRONT”

Siguiendo con la actualización del comercio, frente al comercio on-line surgen otras formas de acercar todavía más al productor con el/la consumidor/a a través de novedosos sistemas de comercio de cercanía.

La idea de negocio de las “pop up stores” ayuda tanto a nuevos negocios como tiendas online, que quieren iniciar una actividad en el mundo del comercio tradicional. Se trata de un Marketplace que pone en relación a los/las propietarios/as de espacios comerciales y tiendas con los/las emprendedores/as que necesitan un sitio para un corto tiempo. Es un concepto denominado “storefront” que funciona en Estados Unidos.

Cualquier emprendedor/a cuyo proyecto tenga que ver con la venta de productos a particulares en tiendas tradicionales se encuentra con una **inversión muy significativa** al inicio de su empresa, cuando tiene que alquilar y arreglar un local antes de, siquiera, saber si su producto va a interesar al público. Normalmente, se compromete con un contrato de alquiler de al menos un año, sin contar los posibles arreglos y gastos para mejorar la presentación del sitio, lo que puede sumar varias decenas de miles de euros.

Desde hace cierto tiempo se ha desarrollado en las grandes ciudades el concepto de “pop up store”, es decir una **tienda temporal preparada** que permite al/la emprendedor/a probar su concepto. Normalmente se trata de espacios dedicados a este tipo de acciones, que alquilan por cortos tiempos a diferentes empresas recientes.

La diferencia que aporta un concepto como el que comentamos de “storefront” es que pone en relación directamente a los/las propietarios/as de cualquier espacio disponible con los/las emprendedores/as que quieran vender sus productos durante un corto espacio de tiempo. Esto permite conseguir **contratos de una semana hasta un mes**, en multitud de sitios diferentes. Los dueños de locales vacíos consiguen algunos ingresos (y quizás un/a inquilino/a a largo plazo si el concepto funciona) mientras los/las emprendedores/as pueden probar su concepto sin arriesgar con una inversión demasiado alta.

La cantidad de **locales vacíos** es muy grande, y este tipo de iniciativas podría ser una forma de ayudar a la creación de nuevas empresas al menor coste, al mismo tiempo que se le da utilidad a todos estos establecimientos cerrados durante un tiempo. Los/las dueños/as de los mismos tendrían que

obtener las licencias necesarias que les permitan agilizar el alquiler a corto plazo, ya que ellos ceden el “espacio llave en mano” pero como la mayor parte del tiempo se trata de vender productos, no debería ser un inconveniente mayor.





1.8 PROPUESTAS DE CESIÓN TEMPORAL DE ESPACIOS

Ahondando en nuevos tipos de usos para los locales vacíos y aprovechamiento de espacios disponibles, hemos de detenernos brevemente en la cesión de uso temporal de todo o parte del local comercial de manera gratuita.

Esta opción permite compaginar un uso limitado/temporal del local con una publicidad que se obtiene del mismo uso. Un/a propietario/a particular con un local comercial vacío, cede el uso ya sea total o parcial del mismo, pero siempre de manera temporal y gratuita (pero con las suficientes garantías de uso y reversión) a fin de que en el mismo se desarrollan actividades que, sin perjudicar al estado del local, permiten su visualización como elemento activo facilitando de este modo un posterior arrendamiento.

La cesión de mismo deberá ser siempre temporal, para un fin determinado y con un doble objetivo:

- Publicitar de una manera más activa el inmueble.
- Satisfacer una demanda de uso temporal.

Esta cesión podrá ser parcial (si afecta tan sólo a una parte del local y de manera pasiva) o total abarcando el uso completo y más activo del mismo.

CESIÓN PARCIAL.

Hay pocas cosas que afeen más una calle comercial que la imagen de un local cerrado, que transmite una sensación de abandono. Un malestar que se agranda cuando hay más de un local en esas circunstancias. En este caso los comercios cerrados que lo deseen podrán ceder sus escaparates o fachadas para el desarrollo de esta acción.

Esta cesión podrá ser a favor de otros comercios, que usen los escaparates para exponer productos, a artistas que expongan sus obras, a asociaciones que quieran dar a conocer sus actividades, etc...

Esta cesión tiene un objetivo triple: por un lado, permite a otros sujetos en activo ampliar su presencia y exponer sus productos, obras artísticas, información, etc...; por otro lado, beneficia a la propiedad del local cerrado porque un escaparate atractivo llama la atención sobre un local disponible y