



COMPARTE, COOPERA Y MUÉVETE  
Una nueva oportunidad comarcal

# EQUIPO PROMOTOR

- La jefa de proyecto  
Encarna Alacreu  
Morente

## CONOCIMIENTOS y EXPERIENCIA

Gestión empresarial  
kapital y humano

Calidad, prevención,  
medio ambiente y  
formación.



Tno. 676994644

encarna@oscomarcal.com

## APTITUDES y HABILIDADES

Mirar y ver : Observar.

Participar, comunicar,  
dialogar, construir y responder.

Activa, emprendedora,  
luchadora, positiva y práctica.

Capacidad para aprender,  
desarrollar, coordinar logros  
comunes.

Me gusta los retos y desafiar al  
NO con creatividad.

Siempre he tenido jefe pero he  
sido libre. Gerente , Directora  
general.

# INDICE DE CONTENIDOS

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO OPEN SPACE FORMATIVO

- **1.-INTRODUCCIÓN Y DEFFINICIÓN DEL PROYECTO**
  - DEFINICIÓN DE LA IDEA
  - SISTEMA DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
  - EQUIPO PROMOTOR (RESPONSABLE DE PROYECTO Y EQUIPO COLABORADOR)
  - PARAMETROS DEL PROYECTO
- **2.-PLAN DE VIABILIDAD**
  - **PLAN DE MARKETING: ESTUDIO DE MERCADO**
  - **GESTION DE OPERACIONES Y CALIDAD**
  - **PLAN DE INVERSIONES , PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO**
  - **PLAN DE RECURSOS HUMANOS Y PREVENCIÓN DE RIESGOS**
  - **ASPECTOS JURÍDICOS**
- **3.-CONCLUSIONES**

# PROYECTO : OPEN SPACE COMARCAL

INNOVANDO para SATISFACER NECESIDADES de  
CONOCIMIENTO Y COMUNICACIÓN



El modelo de compra y la formación están cambiando.



El uso de internet para adquirir necesidades es una realidad.

Aporta ventajas de gestión, espacio y tiempo.



Utiliza esta nueva realidad comarcal para tu interés.

Entra, tu formas parte  
[www.oscomarcal.com](http://www.oscomarcal.com)

**El Portal Open Space Comarcal del Camp de Morvedre** es una nueva forma de afrontar **negocios** consistentes en la creación, desarrollo y comercialización de relaciones de intercambio, comunicación, conocimiento de forma **interactiva** entre empresas, organismos públicos y ciudadanos utilizando las nuevas tecnologías de la información y comunicación **(TIC)**.

Aporta crecimiento y **valor añadido al territorio**.

Permite **aprovechar los recursos** endógenos, **generar confianza**, riqueza y bienestar minimizando los insumos de los factores desde las infraestructuras físicas, hasta la información, coordinando entornos formativos, sociales, laborales y empresariales.

Dispone de **cooperación interempresarial**.

**Establece un sistema de innovación y desarrollo comunitario con visión de una economía de base local.**

Las empresas pymes, microempresas y autónomos con escasos recursos humanos para la gestión, formación, cooperación y nuevas tecnologías tienen esta REALIDAD para seguir creciendo en su explotación o exploración del negocio.

- **Las empresas, pymes ,autónomos , micros necesitan de herramientas de integración (colaboración y cooperación) para adaptarse al cambio.**
- **Comarca avanzada en el sector terciario, con amplia red de tejido asociativo.**
- La comarca por ubicación e infraestructuras va a requerir de **nuevos empleos** en sectores emergentes como logística y transporte, mantenimiento de bienes culturales, marketing por citar algunos y en general en servicios e industria.
- **La formación y comunicación** continua y permanente es un **bien intangible** fundamental para el desarrollo sostenible .
- El gran reto de la red empresarial es apostar por la formación profesional permanente y continuada para **dotar al factor trabajo de eficiencia productiva y adaptación con el menor coste** posible a cambios permanentes que exige la globalización y proliferación de nuevas tecnologías.

# PROYECTO : OPEN SPACE COMARCAL

## SERVICIOS

Área de crecimiento empresarial

Área de formación

Área de cooperación, intercambio y colaboración

Área de Responsabilidad social comarcal

Área de Servicio al ciudadano

Área Biblioteca

- **Formación e información de cursos** para ciudadanos.
- **Alquiler de aulas virtuales** para empresas y profesionales.
- **Tienda virtual comarcal:** Dirigido a empresas y autónomos de la comarca Camp de Morvedre.
- **Publicidad, promociones y servicios** de la comarca Camp de Morvedre.

# La mente es como un paracaídas....



+ *Sólo funciona si está abierto*



## COMARCA

**PASADO**

**PRESENTE**

La Nau centro de cultura

Infraestructuras avanzadas en comunicaciones ,agua , gas , electricidad.

Depuradora , térmica, gaseoducto, puerto marítimo red de carreteras, telefonía

**FUTURO**

Nuevas empresas, internacionalización, logística, medio ambiente

Convenios de colaboración puerto y ocio.

## SOCIEDAD Y PERSONAS

¡ tengo la tecnología y ahora la curva de aprendizaje, poner en marcha uff un escalón más ya queda menos !

¡ Habrán lápices en 10 años!

¡ seguiré explotando mi potencial creativo !

¡ aprender, practicar, trabajar, permanecer !

¡ Me aceptan como soy, se decir "hola" en Español y mis compañeros dicen hola en Chino !

QUE MODELO DE SOCIEDAD TENEMOS Y QUEREMOS

## EMPRESAS

Definición de la VISION/MISION

Establecer OBJETIVOS y METAS

Diagnóstico interno: Fortalezas y debilidades

Diagnóstico externo: Amenazas y oportunidades

Definir ESTRATEGIAS para alcanzar objetivos basándonos en los diagnósticos

Establecer un PLAN ESTRATEGICO

Hacer PLANES OPERATIVOS

CONTROLAR Y EVALUAR resultados

MINIMIZANDO INSUMOS FACTORES

INNOVACIÓN ABIERTA

Conocimiento compartido

Beneficio, Planes de acción, Dirección operativa, Dirección estratégica, Cambio, Informados

**INNOVACIÓN ABIERTA** : se incluye todas las partes, competidores , asociaciones , consultores , universidades, la empresa , sus clientes. Es aprovechar al máximo el potencial creador y de conocimiento de todos.

Los **INSUMOS DE LOS FACTORES** van desde los activos tangibles, tales como la infraestructura física, hasta la **información**, el sistema legal y los institutos de investigación de las universidades, a los cuales recurren todas las empresas que compiten. Para aumentar la productividad, los insumos de factores deben mejorar su eficiencia, su calidad y, en última instancia, su especialización en áreas particulares del cluster.

**ÚTIL** : eficiente , beneficioso, que puede utilizarse para algo, hábil para la realización de algo.

**MOVIL**: movable, motivo o causa, hacer que algo cambie de posición, hacer algo que sea mas eficaz y que vaya más deprisa.

**COHERENTE**: Lógico, consecuencia normal o natural, sentido común.

- El **94%** de las empresas son microempresas, autónomos y pymes con recursos limitados para acceder a los bienes públicos

Tienen la necesidad de acceder a Bienes Públicos para permanecer y seguir creciendo ya que ellas generan riqueza , empleo y bienestar . **Son el motor de la economía.**

Un **reparto equitativo** de Bienes Públicos tiene que incluir a este tipo de empresas con el fin de lograr un mejor servicio a todos los ciudadanos .

**Llegar a los más pequeños** para adaptarnos con más agilidad a cambios globales del mercado , seguir desarrollando bienestar , riqueza ,confianza y empleo.

**Open Sapce Formativo** es la **materialización** . Es una herramienta diseñada para conectar a pequeñas empresas con los bienes y servicios que prestan los bienes públicos .

- **Open Space Formativo**, nace con el fin crear una red de CONOCIMIENTO COMPARTIDO en el Camp de Morvedre que anime a fomentar el **crecimiento** y consolidación de las empresas, **cooperación** empresarial y la empleabilidad presente y futura de la **comarca** apostando por las nuevas tecnologías de la información y comunicación (Tic).

- TENEMOS LA TECNOLOGIA E INFRAESTRUCTURAS
- TENEMOS LA POSIBILIDAD DE PONERLO EN MARCHA
- HAY QUE CORRER EN UNA MISMA LINEA



TENEMOS QUE COORDINAR **CONOCIMIENTO,**  
**ENTORNOS FORMATIVOS, LABORALES Y SOCIALES**

DE AHÍ NACE LA IDEA DE NEGOCIO

generar valor añadido territorio

**OPEN SPACE**

**COMARCAL**

# CONÓCETE, **MIRATE** TU YA FORMAS PARTE DE ESTA OPORTUNIDAD

- Formación **Justo a tiempo**, porque lo que menos tenemos es tiempo.
  - Basado en competencias de utilidad , movilidad y coherencia.
  - Minimizando INSUMOS en los factores.
  - Innovando de forma **abierta en la gestión del proceso formativo**.
  - Con el objetivo de satisfacer las necesidades de clientes
- Mejorar** las capacidades de las microempresas y autónomos,  
quienes son y a dónde quieren llegar.

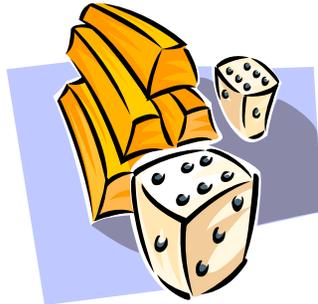
**Cooperación** empresarial

**Capacitar** el desarrollo y aprendizaje de nuevos y prósperos puestos de trabajo

FORMACIÓN DIRIGIDA



Δ BIENESTAR,  
RIQUEZA



Δ CONFIANZA PARTES  
INTERESADAS



**GANAR**

**GANAR**

# Open Space comarcal

## \*\*SERVICIOS\*\*

- 1) Área de crecimiento empresarial
- 2) Área de formación
- 3) Área de cooperación, intercambio y colaboración
- 4) Área de Responsabilidad social comarcal
- 5) Área de Servicio al ciudadano
- 6) Área Biblioteca



"Innovar es crear algo nuevo para satisfacer una necesidad del cliente final que le aporte un valor superior" ( P. Drucker).

- Deseamos ser líderes en atender las necesidades de conocimiento y comunicación de empresas y ciudadanos generando valor añadido Comarcal.
- Sabemos que hemos hecho realidad nuestra visión cuando nuestros clientes de todos los segmentos de mercado que competimos sean los más satisfechos y entusiastas.

# MISIÓN

- Queremos realizar una **plataforma de gestión conocimiento compartido** en la comarca del Camp de Morvedre apostando por la **innovación abierta** escuchando activamente necesidades formativas, informativas y buenas prácticas de todas las partes interesadas aprovechando así el máximo potencial creador de todos (empresas, clientes, proveedores, asociaciones, competidores, organismos públicos, parques tecnológicos, universidades, escuelas).
- El **objetivo constante será escuchar, aprender, intercambiar, compartir y enriquecer la vida hacia una verdadera sociedad del conocimiento.**
- **Fomentar el uso de las nuevas tecnologías** aplicadas al conocimiento para reforzar la productividad y competitividad de empresas así como invertir en educación, en cada persona, de manera que ésta, sea cada vez más capaz de expresar su propio potencial humano con su singularidad, creatividad y responsabilidad.
- Favorecer y **apoyar la cooperación** estableciendo sinergias y beneficios mutuos.
- Armonizar el intercambio y **ofrecer servicios de calidad** que garanticen y contribuyan al crecimiento y consolidación comarcal.
- **Posicionar la Comarca en imagen y conocimiento** que contribuya a dinamizar una sociedad en transformación y atractivo de inversores capitales globales.

# ANÁLISIS DEL ENTORNO

## • DEBILIDADES

- **Adaptación** del capital humano a **nuevas tecnologías**.
- **Comunicación y lanzamiento** del proyecto a posibles colaboradores, clientes, asociaciones y ciudadanos.
- **Reputación** e identidad de la empresa **nueva creación**
  - Marcas comerciales
  - Capacidad de Autofinanciación
  - Volumen de Facturación
  - Capacidad negociadora con entidades bancarias.
  - Dimensión de la empresa
- Normalización. Homologación. Certificaciones

## AMENAZAS

- **Incertidumbre** en la gestión de certificados de profesionalidad.
- **Complejidad de la configuración e implicación de numerosos agentes**: administración educativa y laboral a nivel local autonómico y nacional, asociaciones de empresarios y trabajadores.
- La creación de **centros integrados** y centros de referencia nacional **públicos** son competencia directa del producto estrella cursos subvencionados.
- Evolución constante de las tecnologías en el sector básicas

# ANÁLISIS DEL ENTORNO

## • OPORTUNIDADES

- **Mercado de reciente creación** (Certificados de profesionalidad), demanda creciente.
- **11 millones de habitantes** de la población activa (22 millones) en España **no dispone de estudios** pero si de experiencia. Sucede también en la comarca dicha extrapolación.
- Se ha establecido la **legislación** para certificar la experiencia. Se prevé iniciar su marcha en breve. Lanzamiento al mercado todos los certificados como valor añadido del territorio.
- **Rentabilizar centros** de formación, aulas y espacios físicos disponibles en la comarca.
- La crisis favorece la **concienciación del ciudadano y empresas a invertir en formación continua y permanente**.
- El contexto económico y tejido empresarial de la comarca por la ubicación e infraestructuras va a requerir de **nuevos empleos** en sectores emergentes como logística y transporte, mantenimiento de bienes culturales, marketing por citar algunos y en general en servicios e industria.
- La **formación** continua y permanente es un **bien intangible** fundamental para el desarrollo técnico y social de las empresas, herramienta que bien utilizada e incorporada en los planes estratégicos, supone una **ventaja competitiva** ya que forma parte de la de la cultura organizativa y de la propia imagen corporativa.
- El gran reto de la red empresarial es apostar por la formación profesional permanente y continuada para **dotar al factor trabajo de eficiencia productiva y adaptación con el menor coste** posible a cambios permanentes que exige la globalización y proliferación de nuevas tecnologías.
- La correlación positiva entre crecimiento económico y **capital humano** debe de ser entendida como una **inversión** ventaja competitiva difícil de imitar

# ANÁLISIS DEL ENTORNO

## • FORTALEZAS

- Posibilidad de participar en **entornos de aprendizaje distintos de los tradicionales** espacio virtual, a distancia, incrementa la demanda de ciudadanos y empresas porque se **adapta** a sus **necesidades de tiempo y espacio**.
- **Formación e-learning semipresencial** con horarios presenciales de mañana y tarde para aquellas personas que dispongan trabajos a turnos.
- **Que el cliente pueda elaborar su propio curso en la plataforma e learning.**
- **Escucha activa** de cliente posibilitando en tiempo real necesidades de información y formación con buscadores en la web.
- **Optimizar el factor tiempo de clientes** cuando se decide realizar una acción formativa detectada.
- **Fomentar** la educación permanente para mejorar la calidad de vida de las personas en un **entorno donde la información no paralice la actuación**.
- **Disponer de una red de cooperación e intercambio de conocimiento donde no existan barreras de espacio.**
- Disponer de esta realidad como herramienta propiciará la cooperación interempresarial cuya vía de entrada será la formación y el conocimiento.

## RECURSOS DEL PROYECTO

- Plataforma e-learning
- Diseño de web corporativa como red social
- 2 personas en plantilla ( atención al cliente mementor,tutorial)
- 2 ordenadores , un espacio físico vivero de empresas.
- **Gestionar los formadores externos**, los proveedores y suministradores de materiales didácticos y la gestión con las colaboraciones de la **comunidad** (asociaciones, institutos, universidades, centros integrados) y de las comunidades **autonómicas** País Vasco, Castilla y León y Galicia ya que son comunidades que cooperan activamente en las familias profesionales de la fabricación mecánica, instalación y mantenimiento, transporte y mantenimiento de vehículos y marítimo pesquera entre otros .

# ÉXITO DEL PROYECTO

- El **éxito** del proyecto será haber puesto en marcha **una red de conocimiento compartido** donde el **5% de la población utilicen el portal de acceso a la información y formación** y realicen transacciones con empresas clientes.
- Que el **5% de las empresas de la comarca utilicen esta herramienta de gestión, intercambio y cooperación para mejorar sus capacidades** y como **estrategia de adaptación tecnológica** al nuevo modelo de intercambio de bienes, servicios y conocimiento.
- **Fomentar el uso de las nuevas tecnologías de la formación e información combinado lo virtual con la proximidad del espacio físico.** Se prevé la utilización de nuevas tecnologías para la formación e información a **650** ciudadanos en la fase de ejecución del proyecto realizado al menos una acción formativa como proceso de aprendizaje a lo largo de su vida.
- Si esta **experiencia piloto** a nivel de comunidad resulta útil, móvil y coherente como herramienta práctica que da respuesta a algunas conclusiones extraídas del Consejo Europeo de Lisboa del año 2000 que aboga por la modernización del **modelo social** europeo mediante la **inversión de capital humano** y la constitución del estado del bienestar , OPEN SPACE comarcal será la acción y **materialización** a ese entorno global **con capacidad de cohesión de todos los agentes sociales a nivel comarcal** , generando riqueza, bienestar y confianza y como prueba tangible de ello podrá extrapolarse a otras comarcas con características similares como si de una **FRANQUICIA** se tratase.

## RIESGO DEL PROYECTO

- El **riesgo del proyecto** es la FINANCIACIÓN de los 6 primeros meses de vida que se autofinanciará con ayuda de coste del personal promotor. De Septiembre a Febrero el promotor no percibirá prestación económica por los servicios prestados contribuyendo así a la financiación del proyecto.
- La comercialización y concienciación del uso de nuevas tecnologías aplicadas a microempresas y autónomos supone un riesgo para el crecimiento del proyecto empresarial que se equilibra con el crecimiento del sector tecnológico en nuevas tecnologías y los factores políticos y sociales.

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE MARKETING

- EL PUBLICO OBJETIVO: Es la comarca del Camp de Morvedre.
- La necesidad a satisfacer: CONOCIMIENTO, COMUNICACIÓN
- SEGMENTACIÓN: La segmentación está FOCALIZADA al mercado producto servicio objetivo ADAPTANADO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS a la **tipología empresa** con 4 SEGMENTOS (autónomos, microempresas, pymes y gran empresa)
- POSICIONAMIENTO: RAPIDEZ DE RESPUESTA.
- *Open Space formativo desea **competir** en el mercado estableciendo **vínculos con el cliente** y es por ello que la orientación al cliente tiene que integrarse en toda la empresa. En el proyecto el cliente es el rey y toda la gestión interna y externa se apoya en nuestra forma de competir.*

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE MARKETING

- El **sector** que focalizamos nuestros productos y servicios es un sector en crecimiento expansivo ya utilizado en empresas medianas y grandes. El proyecto está pensado para un **nicho de mercado** que son *microempresas, autónomos y pymes* las cuales el uso de nuevas tecnologías para la comunicación, intercambio y crecimiento no han sido atendidas.
- En cuanto a la actividad de formación e información, asesoramiento, y comunicación (publicidad e intercambio) existe un número importante de empresas pero ninguna de ellas **combina las tres especialidades**. Conviene reseñar que estas empresas utilizan metodologías tradicionales. La combinación de los tres elementos contribuye a la visión del proyecto de alcanzar una **economía de base local** creando un nuevo espacio estructural con capacidad de crear crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos aprovechando los recursos endógenos del territorio geográfico siendo apto para los más pequeños.

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE MARKETING

- No encontramos competencia en la combinación de las tres áreas que satisfagan la misma necesidad que nosotros **“utilizar la combinación del factor tecnológico y humano como estrategia de crecimiento que se adapta a nuevos modelos de intercambio de productos y servicios”**.
- La combinación entre lo **virtual y próximo** es una ventaja competitiva para la introducción de nuevas tecnologías aplicadas a la información e intercambio .Con el portal Open Space Comarcal podemos **influenciar en los hábitos** de compra del mercado local.

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE MARKETING

- Los productos y servicios diseñados disponen de valor diferencial ofrecer **rapidez de respuesta a clientes**, garantía ampliada del producto prestado, pensados para adaptarse al estilo de vida, ritmo del cliente.
- El diseño de un servicio post venta continuo, cuidando con detalle la atención, aboga la calidad del producto y servicio, con la intención de **fidelizar el cliente** como usuario de los productos y servicios prestados.
- Las **vías de comunicación** para captar clientes y colaboradores será:
- Eventos y Presentación del Open Space formativo a agentes sociales (asociaciones, sindicatos, organismos públicos, institutos tecnológicos, colegios y entidades relacionadas con la formación, tejido empresarial de la comarca...)
- Publicidad de nuestros servicios y productos en la propia web.
- Publicidad y acción comercial a empresas y ciudadanos desempleados.

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE OPERACIONES

### QUE PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECE

- **1/Pertenencia al Portal web 2.0.**
- **2/Gestión y Acciones formativas semipresenciales y a distancia incluidas en la plataforma e-learning.**
- **3/Publicidad en la web.**
- **4/Alquiler y gestión de aulas virtuales incluidas en la plataforma e-learning.**

# QUE PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECE

## PRODUCTOS/SERVICIOS

---

Formación

---

Tienda virtual y pertenencia al portal Web.

---

Asesoramiento de empresas en materia de gestión de la Innovación, estrategia empresarial

---

Promoción y publicidad

---

## SEGMENTO(S) DE MERCADO

---

Empresas de la comarca Camp de Morvedre, Pymes, sectores industrial y hostelería.  
Ciudadanos (activo, desempleados)

---

Autónomos, Micros, Pymes y grandes empresas de la comarca Camp de Morvedre, de los sectores agricultura, servicios, industria y construcción.

---

Autónomos, Micros, Pymes y grandes empresas de la comarca Camp de Morvedre, de los sectores agricultura, servicios, industria y construcción.

---

Productos de formación y empresariales.

---

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO, PLAN INVERSION

- **Comentarios sobre las partidas definidas en el Plan de Inversiones iniciales**
- **1) Edificios, locales y terrenos. Será alquiler de vivero de empresas por dos años.**
- **2) Elementos de Transporte. Vehículos de la propiedad del promotor.**
- **3) Equipos para procesos de información. Se adquiere un portátil, se dispone de dos ordenadores del promotor.**
- **5) Aplicaciones informáticas. Importes pagados para dotarse de programas informáticos, incluidos los que se elaboran por la propia empresa.**
- **12) Provisión de fondos. Importes necesarios para mantener la empresa hasta cobrar las primeras facturaciones.**

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO, PLAN INVERSION

- ***Comentarios a las partidas del Plan de **Financiación**:***
- **1) Recursos Propios. Se incluye 5000 € en metálico para afrontar gastos. Se aporta un vehículo a la sociedad y se financia el coste del personal durante los 6 primeros meses . Se solicita el pago único (3600 €) para abono de las cuotas a la seguridad social. Se solicita subvención de la dona.**
- **2) Créditos y préstamos. Se solicita préstamo CONVENIO BEI PYME por valor de 15.000 € para adquirir plataforma e-learning, portal web, comunicación empresas servicios (publicidad y otros), despacho de cámara (alquileres), gastos de constitución.**

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE RRHH Y PREVENCIÓN DE RIESGOS

- Entendemos que los recursos HUMANOS de la compañía es un PILAR en la ESTRUCTURA DEL PROYECTO que tiene que estar alineado con la visión y misión de la empresa.
- La **gestión en este apartado** es **clave** para **responder** estableciendo **vínculos con el cliente**.
- Sentar las BASES de:
  - **cohesión del equipo,**
  - **planificación organizativa y**
  - **dotación del personal**
- Es por ello que nos marcamos **un objetivo** para **medir la salud de la empresa** y así establecer hitos en este proyecto para que su implantación se realice al **90%** para el primer ejercicio(2011).

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE RRHH Y PREVENCIÓN DE RIESGOS

- Definimos SALUD como el estado completo de bienestar físico, mental y social y no solamente como ausencia de daño.
- La planificación de RRHH está integrada con la prevención de riesgos laborales básicamente porque el **60% de los riesgos observados** se han detectado en la ***especialidad de ergonomía y psicología*** cuyo objetivo es **adaptar el trabajo a las capacidades el ser humano** teniendo en cuenta que, **las necesidades de las personas son cambiantes como la propia organización.**

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE RRHH Y PREVENCIÓN DE RIESGOS

- Se va a necesitar **cohesión de un buen equipo** ACTUAR CON NORMAS Y PROCEDIMIENTOS los siguientes puntos **en cada puesto.**

Enriquecimiento del puesto  
Ampliación del puesto  
Participación de trabajadores  
Mejoramiento de habilidades personales  
Administración por objetivos  
Curvas de aprendizaje  
Comunicaciones  
Mejoría de las condiciones de trabajo  
Capacitación  
Educación  
Percepción del desempeño  
Calidad de supervisión

**Objetivo medir la salud de la empresa e implantación 90% (2011).**

En el **segundo año** se tiene previsto aumentar las ventas en un 200% y esto va a ser posible **garantizando la salud de la empresa**, entendiendo ésta como máximo confort de satisfacción y eficacia, cohesión del equipo, planificación organizativa y la dotación del personal.

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE RRHH Y PREVENCIÓN DE RIESGOS

- Esto será posible por:
- ESTILO de DIRECCIÓN PARTICIPATIVO
- DIRECCION POR OBJETIVOS CON RETRIBUCIÓN VARIABLE

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : PLAN DE RRHH Y PREVENCIÓN DE RIESGOS

- **ESTILO de DIRECCIÓN PARTICIPATIVO**, una organización ágil, abierta, organizativa, comunicativa y participativa, que con naturalidad y transparencia actuamos sobre la organización del trabajo para aportar valor en la organización.
- Apostamos por un trabajo bien hecho y satisfacción por quien lo hace.

## 2.- PLAN DE VIABILIDAD : ASPECTOS JURÍDICOS

La forma jurídica es una S.L.

Se ha constituido la sociedad el 3/08/2010 e iniciado la actividad 1/09/2010 ubicada ya en las instalaciones del vivero de empresas de Sagunto.

El nombre de la empresa es OPEN SPACE FORMATIVO CCM S.L. la elección de esta modalidad ha sido por la agilidad en los tramites administrativos y por el carácter unipersonal como promotora del proyecto.

Queda pendiente desarrollar el CONTRATO DE SERVICIOS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA.

REGISTRAR EL NOMBRE COMERCIAL en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Queda pendiente desarrollar el CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, CONVENIO DE COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN DE COHESIÓN SOCIAL.

## 3.- CONCLUSIONES

- ES UNA HERRAMIENTA PRÁCTICA DE COHESIÓN ENTRE ENTIDADES PÚBLICAS TEJIDO EMPRESARIAL Y CIUDADANOS.
- EXPERIENCIA PILOTO DE UN NUEVO MODELO SOCIAL DE COOPERACIÓN
- CAMINO DE ENTRADA EN UNA ECONOMIA DE BASE LOCAL.
- Fomento del uso de las nuevas tecnologías red local aplicando la ética en los negocios.

A photograph of a beach scene. In the foreground, a large sand dune is visible, with a blue and white striped beach umbrella planted in the sand. The background shows the ocean waves breaking on the shore under a clear blue sky.

**Gracias por su atención**

**OPEN SPACE FORMATIVO**

**INNOVANDO NUEVAS MANERAS DE  
SATISFACER NECESIDADES  
CONOCIMIENTO Y COMUNICACIÓN**