



Carlos Mata, propietario y director de Negocenter.

Negocenter siembra oficinas para recoger

Con tres centros de negocios en Madrid, prepara la expansión de su red por España.

JOSE F. LEAL

jvalladares@recoletos.es

En plena época de sustitución de costes fijos por variables, los centros de negocios constituyen un sector en expansión. No en vano, el margen que deja esta actividad supera, de media, el 23%. **Carlos Mata** empezó hace siete años con una planta en el centro empresarial de Madrid, que llamó **Negocenter**. Hoy suma más de 5.000 metros cuadrados en oficinas, que este año arrojarán unos ingresos de 1,2 millones de euros.

En febrero de 2004 abrirá un nuevo centro en la capital, en pleno Paseo de la Castellana. Será el primer paso de su expansión nacional. Lo primero que hizo fue dividir la empresa

en dos: una patrimonial y otra explotadora de los centros. Acto seguido se preparó para una ampliación de capital de la mano de **Emmergia**, una firma de reciente creación que colabora en la búsqueda de inversores.

DATO
Ha cerrado una ampliación de capital de **3 millones** de euros de la mano de **Emmergia**.

Esta firma obtuvo de financiadores privados tres millones de euros a cambio del 40% de la sociedad gestora. Finalmente, ha diseñado un plan de inversiones para, en tres años, alcanzar una oferta de 15.000 metros cuadrados y sumar unas ventas de seis millones de euros. "Hasta ahora hemos crecido por medio de centros en propiedad, pero para una expansión estatal preferimos alquilar", señala Mata.

A pesar del aumento de jugadores en el sector y el crecimiento de algunos —como **Regus**, **IBC** o **Melior**, tres de las prin-

cipales cadenas— por medio de franquicias, aún hay mercado por explorar, especialmente en las ciudades medias. He aquí algunos factores que se deben tener en cuenta antes de atreverse con un negocio de este tipo.

CÓMO EMPEZAR. Comprando o alquilando —en función de la capacidad inversora—, una superficie de entre setecientos y ochocientos metros cuadrados.

QUÉ SE NECESITA. Líneas telefónicas y de fax en función del número de clientes, material informático, máquinas de vending, fotocopiadora, escáner y servicios de control de documentos.

PERSONAL NECESARIO. De seis a ocho personas, entre telefonistas, administración, mantenimiento informático, limpieza, director y gestor.

TIPOS DE CLIENTE. Varios perfiles: empresas que desarrollan en ellos su actividad; sociedades que fijan su domicilio social; grandes empresas que desembarcan en España y buscan una ubicación temporal, y clientes ocasionales que alquilan espacios para reuniones, entrevistas de trabajo o presentaciones.

FACTURACIÓN PREVISTA. En torno a los 800.000 euros al año, con un margen de explotación de entre el 23% y el 24%. ■

MÁS INFORMACIÓN:
www.negocenter.com
www.acnspain.com