

MANTENIMIENTO

DE HERRAMIENTAS, RECICLAJE DE EQUIPOS
Y ALQUILER DE PEQUEÑA MAQUINARIA

Índice



1. IDEA	3
1.1. Descripción de la idea	3
1.2. La oportunidad para la puesta en marcha de la empresa	3
1.3. Estructura del modelo de negocio	4
1.4. Normativa de aplicación	5
2. MODELO DE NEGOCIO	9
2.1. Producto/servicio	9
2.2. Procesos	10
2.3. Tipología modelo de negocio	10
2.4. D.A.F.O.	11
2.5. Análisis P.E.S.T.	12
3. MERCADO	15
3.1. Gráfica mercado/productos	15
3.2. Nivel de competencia dentro de la industria	15
3.3. Competencia	20
4. RECURSOS HUMANOS	23
4.1. Necesidades	23
4.2. Externalización	23
5. MARKETING	25
5.1. Estrategia segmentación	25
5.2. Estrategia posicionamiento	25
5.3. Cliente-público objetivo	25
5.4. Marketing mix (4P´s)	26
6. INVERSIONES	31
6.1. Resumen de las principales inversiones necesarias para la puesta en marcha	31
7. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO	33
7.1. Principales gastos	33
7.2. Estimación de ingresos	33
7.3. Rentabilidad media	35
7.4. Payback, TIR	35
8. FORMAS JURÍDICAS Y TRÁMITES	37
8.1. Constitución de la sociedad	39
8.2. Trámites administrativos a seguir para la constitución de la empresa y su puesta en marcha	40
8.3. Asistencia jurídica de la empresa y cobertura de riesgos	41
9. FICHA RESUMEN	43
10. ANEXOS	45
10.1. Fuentes de información	45
10.2. Subvenciones y financiación	45
10.3. Servicios públicos: hacienda, seguridad social	45



1. IDEA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA

En este documento se analiza la puesta en marcha de un negocio especializado en la oferta de un servicio de alquiler, reutilización/repación, reciclado y mantenimiento de herramientas y otros enseres, basado en el modelo de producción y consumo de economía circular.

Estos servicios se enmarcan dentro del concepto de economía circular, el cual engloba todo un conjunto de actividades dirigidas a reducir al mínimo la cantidad de residuos. De esta forma, cuando un producto llega al final de su vida, se reconvierte dando lugar a un valor añadido, y cerrando así su ciclo de vida.

El desarrollo de actividades bajo el modelo de economía circular, consiste en mantener el máximo tiempo posible los materiales utilizados en el ciclo de producción y/o consumo. Con ello, se logra reducir el agotamiento de recursos y de materias primas, al mismo tiempo que se reaprovechan los residuos, reciclándolos y transformándolos en materias primas secundarias, consiguiendo así una mejor eficiencia de los sistemas productivos.

Algunos ejemplos de actividades económicas que se encuentran relacionadas con este concepto son: reparación e instalación de maquinaria y equipos, captación y depuración de agua, recogida y tratamiento de residuos, entre otros.

1.2. LA OPORTUNIDAD PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

En la actualidad, a raíz de los cada vez mayores problemas medioambientales y al creciente auge de la sostenibilidad, se incentivan modelos de negocio a nivel mundial basados en Economía Circular, buscando promover un mundo más limpio de residuos, además de una producción y consumo más responsables.

Según el estudio de The Circularity GAP Report del 2020, la circularidad del planeta es únicamente del 8,6%, yéndose el resto de los recursos y materiales directamente a la basura.

El desarrollo de este tipo de actividades supone un triple impacto en cuanto a oportunidad de negocio para muchas organizaciones: beneficio económico, medioambiental y social. Esto se debe a que, además de contribuir a preservar el medio ambiente y mejorar la eficiencia energética, provoca un crecimiento económico, generación de empleo, al mismo tiempo que es un campo importante para la investigación y la innovación.

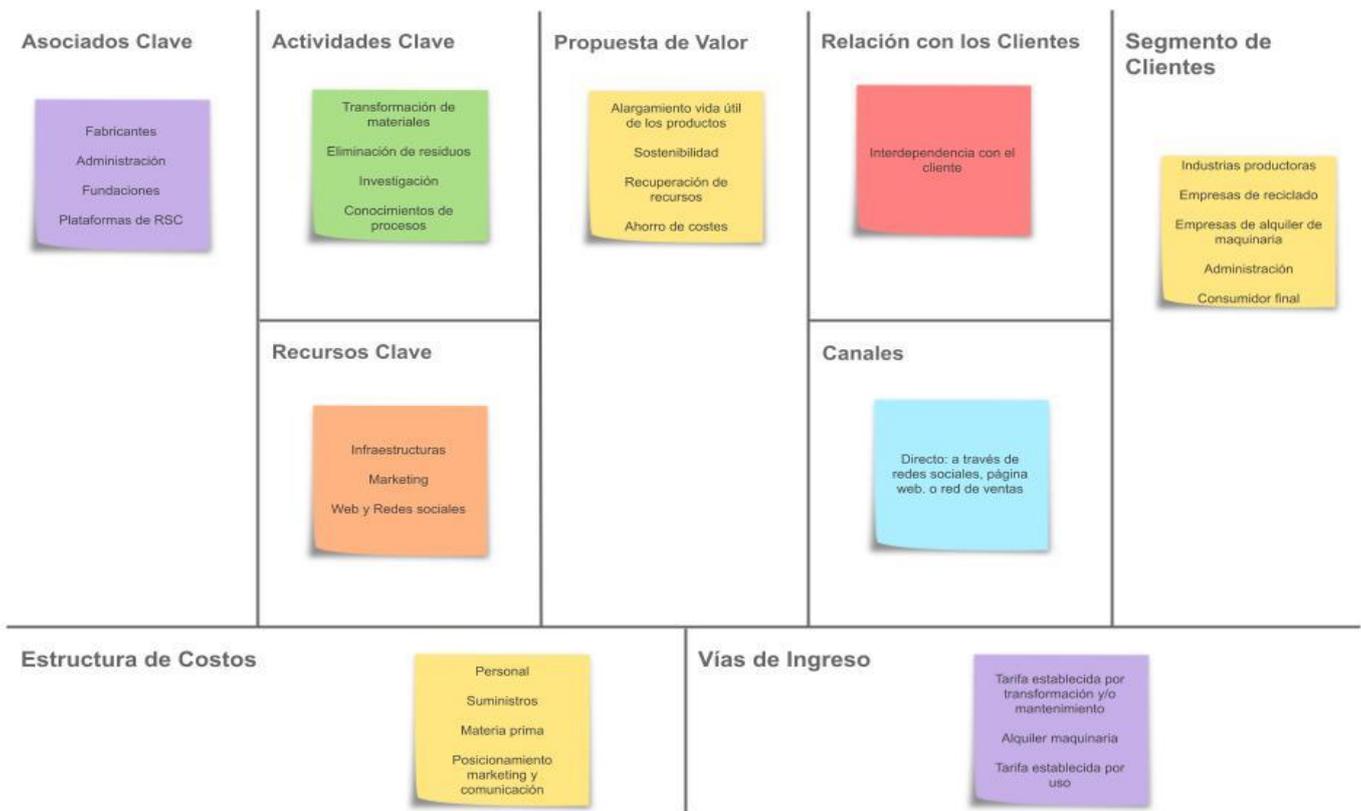




Por otra parte, a causa de la crisis sanitaria actual, toma gran importancia un cambio global para construir una economía más resiliente e inclusiva, pasando de una economía lineal a una economía totalmente circular, deteniendo así la generación de residuos.

La ubicación sobre el que se centrará la puesta en marcha y el desarrollo de la actividad es la provincia de Burgos, la cual posee un gran peso en la industria, más concretamente un 32,33%, (Fuente INE 2018) que es 1,5 veces superior al conjunto nacional. Así, cobra gran importancia el mantenimiento de herramientas industriales, así como el reciclaje de equipos y alquiler de pequeña maquinaria.

1.3. ESTRUCTURA DEL MODELO DE NEGOCIO





1.4. NORMATIVA DE APLICACIÓN

La economía circular se encuentra regulada, tanto a nivel de la Unión Europea, como a nivel nacional:

En diciembre de 2015 la Comisión Europea presentó al Parlamento Europeo el Plan de Acción de la UE para la Economía Circular:

- Directiva 2004/35/CE, de 21 de abril de 2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre responsabilidad medioambiental en relación con la prevención y reparación de daños medioambientales.
- Directiva (UE) 2018/851 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, por la que se modifica la Directiva 2008/98/CE sobre los residuos.
- Directiva (UE) 2018/850 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, por la que se modifica la Directiva 1999/31/CE relativa al vertido de residuos.
- Directiva (UE) 2018/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, por la que se modifica la Directiva 94/62/CE relativa a los envases y residuos de envases.
- Directiva (UE) 2018/849 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, por la que se modifican la Directiva 2000/53/CE relativa a los vehículos al final de su vida útil, la Directiva 2006/66/CE relativa a las pilas y acumuladores y a los residuos de pilas y acumuladores y la Directiva 2012/19/UE sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
- 2009/358/CE: Decisión de la Comisión, de 29 de abril de 2009, relativa a la armonización, la transmisión periódica de información y el cuestionario a que se refieren el artículo 22, apartado 1, letra a), y el artículo 18 de la Directiva 2006/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la gestión de los residuos de industrias extractivas [notificada con el número C (2009) 3011].
- 2009/359/CE: Decisión de la Comisión, de 30 de abril de 2009, por la que se completa la definición de residuos inertes en aplicación del artículo 22, apartado 1, letra f), de la Directiva 2006/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la gestión de los residuos de industrias extractivas.
- 2009/360/CE: Decisión de la Comisión, de 30 de abril de 2009, por la que se completan los requisitos técnicos para la caracterización de los residuos establecidos en la Directiva 2006/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la gestión de los residuos de industrias extractivas.
- Reglamento (CE) nº1420/1999 del Consejo, de 29 de abril de 1999, por el que se establecen normas y procedimientos comunes aplicables a los traslados de ciertos tipos de residuos a determinados países no miembros de la OCDE.
- Reglamento (CE) nº166/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de enero de 2006, relativo al establecimiento de un registro europeo de emisiones y transferencias de contaminantes y por el que se modifican las Directivas 91/689/CEE y 96/61/CE del Consejo.
- Reglamento (CE) nº1418/2007 de la Comisión, de 29 de noviembre de 2007, relativo a la exportación, con fines de valorización, de determinados residuos enumerados en los anexos III o IIIA.



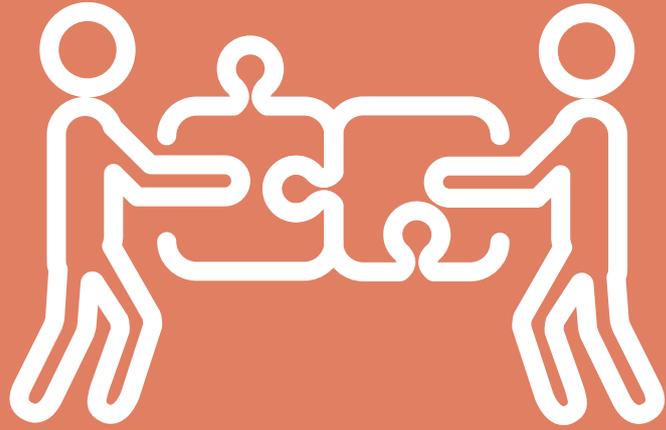


- Reglamento (CE) nº1013/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, a determinados países a los que no es aplicable la Decisión de la OCDE sobre el control de los movimientos transfronterizos de residuos.
- Directiva 2009/28/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, relativa al fomento del uso de energía procedente de fuentes renovables.
- Reglamento (CE) nº1192/2006 de la Comisión, de 4 de agosto de 2006, por el que se aplica el Reglamento (CE) nº1774/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a las listas de plantas autorizadas en los Estados miembros.
- Directiva 2008/98/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de noviembre de 2008, que modifica la Directiva 2006/66/CE, relativa a las pilas y acumuladores y a los residuos de pilas y acumuladores, por lo que respecta a la puesta en el mercado de pilas y acumuladores.

Buscando impulsar la transición hacia un modelo de economía circular en España, el Gobierno comenzó a elaborar la Estrategia Española de Economía Circular:

- Ley 26/2007, de 23 de octubre de Responsabilidad Medioambiental.
- Texto consolidado de la Ley 26/2007, de 23 de octubre, modificada por el artículo 32 del Real Decreto-Ley 8/2011, de 1 de julio.
- Ley 11/2014, de 3 de julio, por la que se modifica la ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental.
- Texto consolidado de la Ley 26/2007, de 23 de octubre, modificada por la Ley 11/2014, de 3 de julio.
- Real Decreto 2090/2008, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo parcial de la Ley 26/2007, de 23 de octubre de responsabilidad medioambiental.
- Correcciones al Real Decreto 2090/2008, de 22 de diciembre.
- Real Decreto 183/2015, de 13 de marzo, por el que se modifica el Reglamento de desarrollo parcial de la Ley 26/2007 de 23 de octubre.
- Texto consolidado del Reglamento de desarrollo parcial de la Ley 26/2007, modificado por el Real Decreto 183/2015, de 13 de marzo.







2. MODELO DE NEGOCIO

2.1. PRODUCTO/SERVICIO

Para el desarrollo del negocio analizado en este documento, sería recomendable contar con un espacio, como puede ser una nave industrial, situada en una zona próxima a un punto limpio, para la prestación de los siguientes servicios:

En primer lugar, **mantenimiento de herramientas y otros enseres**: mantenimiento de las herramientas industriales en condiciones de funcionamiento y de seguridad, evitando que, ya sea por el simple paso del tiempo o por factores externos, se averíen o deterioren. Existen gran variedad de herramientas (de medición, manuales, eléctricas, ...)

En segundo lugar, **reciclaje de equipos**: retirada y reciclaje de los residuos de equipos viejos, buscando recuperar la máxima cantidad de posibles materias para evitar, en la medida de lo posible, el daño innecesario al medio ambiente. Además, recuperación de materiales primarios, como pueden ser el hierro o el acero, para reintroducirlos en otra cadena productiva. Algunos ejemplos de este tipo de equipos son: bombas, compresores, molinos, trituradoras, ...

A la hora de proceder al reciclaje de los equipos, es importante conocer la lista de materiales críticos, los cuales fueron identificados por la UE en 2017: antimonio, barita, berilio, bismuto, borato, cobalto, carbón de coque, fluorite, galio, germanio, hafnio, helio, indio, magnesio, grafito natural, caucho natural, niobio, roca de fosfato, fósforo, escandio, metal silicio, tantalio, tungsten, vanadio, metales del grupo platino, tierras raras pesadas, y tierras raras ligeras.





Por último, el **alquiler** de pequeña maquinaria para su uso durante un tiempo determinado, evitando al cliente los costes de adquisición y mantenimiento. Algunos ejemplos de las mismas son: allanadoras, revolvedoras, cortadoras, podadoras, ...

2.2. PROCESOS

El proceso de desempeño de los servicios de mantenimiento, alquiler y reciclaje, consiste principalmente en las siguientes fases: antes, durante y después de la realización del servicio/s.

En primer lugar, una vez conocido el catálogo (online/offline) de servicios ofertados, la empresa o particular, contrata el servicio o los servicios que más se adecuen a sus necesidades a través de los distintos canales de venta.

En el caso del mantenimiento y reciclaje, se puede contratar de las siguientes maneras:

En un momento concreto, cuando las herramientas y/o equipos se encuentren en mal estado o deterioradas.

- Durante un tiempo determinado. Tal es el caso por ejemplo de proceder al mantenimiento de las herramientas de una empresa una vez al mes a lo largo de un año.
- Durante la realización del servicio, un trabajador acude a la empresa o domicilio particular del cliente a recoger las herramientas y/o equipos. Una vez en la nave, se procede al mantenimiento de las herramientas obtenidas a través del reciclaje de equipos, reintroduciendo los materiales obtenidos en otra cadena productiva. Una vez concluido el servicio, el trabajador entrega al cliente la herramienta y/o equipo de vuelta.

En el caso del alquiler, el interesado adquiere la máquina que desee durante un tiempo determinado, ya sea de forma online a través de la web, la cual se le entregará en su empresa o domicilio; o de forma física.

Posteriormente a la realización del servicio, se realizará una evaluación de la calidad y percepción de la satisfacción de los servicios contratados.

2.3. TIPOLOGÍA MODELO DE NEGOCIO

Existen diferentes modelos de negocio. Esta se refiere a la estrategia que desarrolla la empresa para llegar directamente al cliente o consumidor final. En este caso, los clientes principalmente serán empresas y, por tanto, la tipología principal sería B2B (Business to Business). También se ofrecerá el producto/servicio a particulares B2C (Business to Consumer) aunque en menor medida.



2.4. D.A.F.O.

Se procede a realizar un análisis DAFO del proyecto. Su objetivo consiste en estudiar las Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades de la actividad. Y así podremos conocer el entorno actual del negocio, sus debilidades y fortalezas y así mismo, a través de las amenazas y oportunidades observaremos las ventajas y los inconvenientes del sector en el que opera la empresa.

Esta herramienta nos permitirá conocer las ventajas competitivas del negocio, su posición competitiva externa y nos ayudará a tomar decisiones para un futuro.

	ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ◆ La economía circular exige la reutilización de todos los componentes de los productos. Es muy complicado rediseñar productos ya en el mercado debido a que exige la reutilización y rediseño de sus componentes. ◆ Escaso conocimiento de las empresas de la demanda potencial de materias primas alternativas. ◆ Altos costes de implementar diseños circulares. ◆ La falta de diseño sostenible en productos ya fabricados dificulta enormemente su reciclaje y reutilización. 	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gran dependencia del sector del transporte de los combustibles fósiles. ◆ Incertidumbre e inestabilidad financiera. ◆ Crisis climática: disminución de la cantidad de recursos disponibles. ◆ La conciencia medioambiental no es masiva.
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Creciente concienciación de la sociedad en el concepto de sostenibilidad. ◆ Promueve un mejor uso de los materiales y los residuos. ◆ Genera oportunidades en I+D+i. ◆ Continuo desarrollo de la bioenergía. ◆ Gran capacidad de la economía española de producir recursos de biomasa derivados de la agroindustria, la ganadería, el sector forestal y la pesca. 	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Futuros cambios normativos en la legislación. ◆ Servicios con demanda creciente. ◆ Provincia con grandes oportunidades industriales. ◆ Aumento de la demanda de bioenergía. ◆ Posibilidad de implantación de recicladores finales.





2.5. ANÁLISIS P.E.S.T.

Analiza el conjunto de los factores externos que afectan a la empresa. Su objetivo consiste en facilitar la investigación y ayudar a las compañías a definir su entorno, a través del análisis de una serie de factores cuyas iniciales le dan el nombre a este análisis: factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológico.

FACTORES POLÍTICO-LEGALES

- En marzo de 2020 se publicó el Nuevo Plan de acción para la economía circular por una Europa más limpia y más competitiva.
- El tema ambiental ha ido posicionándose fuerte en todas las áreas, lo que implica mayor compromiso y apoyo.
- La Unión Europea y España han puesto en marcha una serie de medidas relacionadas con la economía circular que se están materializando en estrategias y políticas públicas a todos los niveles y en todos los ámbitos.

FACTORES ECONÓMICOS

- La industria supone un 32,33% (Fuente INE 2018) del total de la actividad económica de la provincia
- Situación económica actual.
- El 20,67% de los trabajadores del área urbana funcional están vinculados a la industria.
- La aplicación de los principios de la economía circular podría aumentar el PIB de la UE en un 0,5 % adicional de aquí a 2030.

FACTORES SOCIO-CULTURALES

- Según los informes del Pacto Verde Europeo solo el 12% de los materiales y recursos vuelve a entrar en el ciclo productivo.
- España se sitúa en la mejor posición junto a Alemania entre los países de la UE-15 en el Bloque de Competitividad e Innovación.

FACTORES TECNOLÓGICOS

- Nueva ley de la UE para acabar con la práctica de la obsolescencia programada.
- El desarrollo de nuevas tecnologías resulta fundamental para una mejor trazabilidad y la implementación de economía circular.
- Lenta reducción de la sombra digital, especialmente en las localidades de menor población.







3. MERCADO

3.1. GRÁFICA MERCADO/PRODUCTO

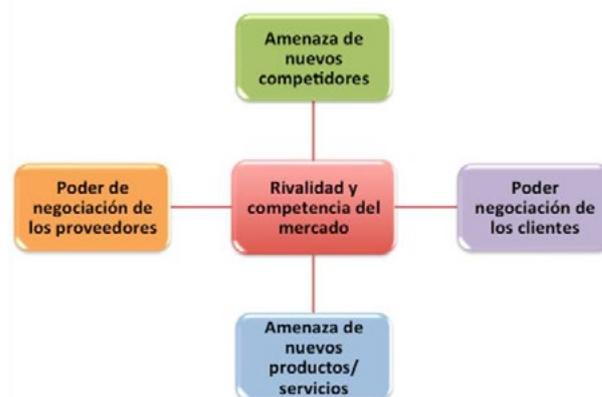
Al tratarse de un producto nuevo y estar situado en un mercado ya existente, estamos ante un mercado **resegmentado**, el cual es un nicho más específico de un mercado ya existente de mayor tamaño, por lo que es clave conocer en profundidad las características de la oferta de la competencia.

Este mercado nos obliga a partir de estrategias de diferenciación, a través por ejemplo de resegmentar el mercado actual. Para ello se deben ubicar las necesidades que las empresas competidoras no están satisfaciendo, buscando satisfacerlas. En el caso del negocio descrito, opta por enfocarse en maquinaria y equipos industriales, debido al gran peso de este sector en la provincia de Burgos.

MERCADO	PRODUCTO	
	NUEVO	EXISTE
NUEVO	MERCADO NUEVO	MERCADO CLON
EXISTE	MERCADO RESEGMENTADO	MERCADO EXISTENTE

3.2. NIVEL DE COMPETENCIA DENTRO DE LA INDUSTRIA

Gracias al análisis de las cinco fuerzas de Porter dispondremos de un marco de reflexión estratégica que nos ayudará a determinar la rentabilidad del sector con el fin de evaluar su valor a largo plazo



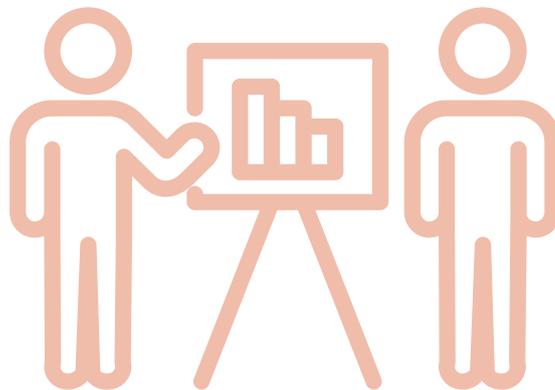
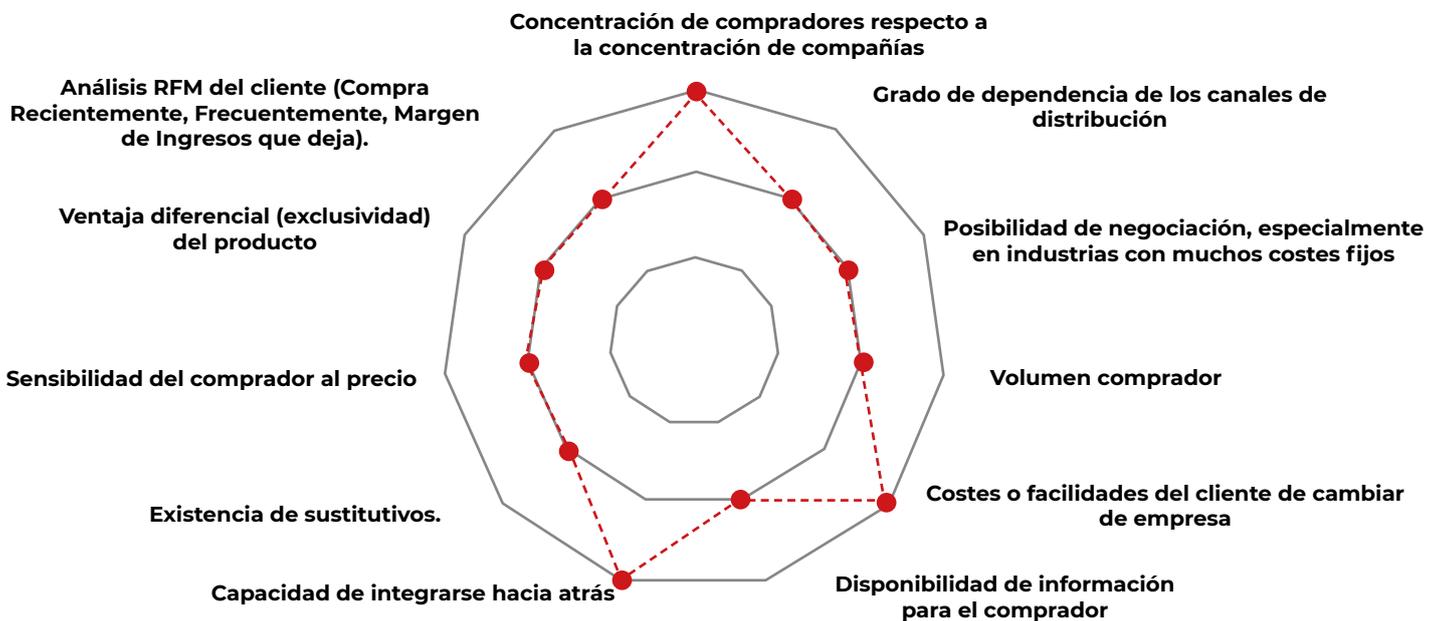


A continuación, vamos a analizar en detalle los diferentes factores que inciden en cada una de esas fuerzas en la provincia de Burgos:

Poder de negociación de los clientes: cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios.

En este caso, los clientes cuentan con una capacidad de negociación media, debido a que la oferta de este tipo de servicios orientados a la economía circular, se trata de algo novedoso, lo que provoca escasez de oferta en muchas localidades.

FACTORES PODER NEGOCIACIÓN CLIENTES

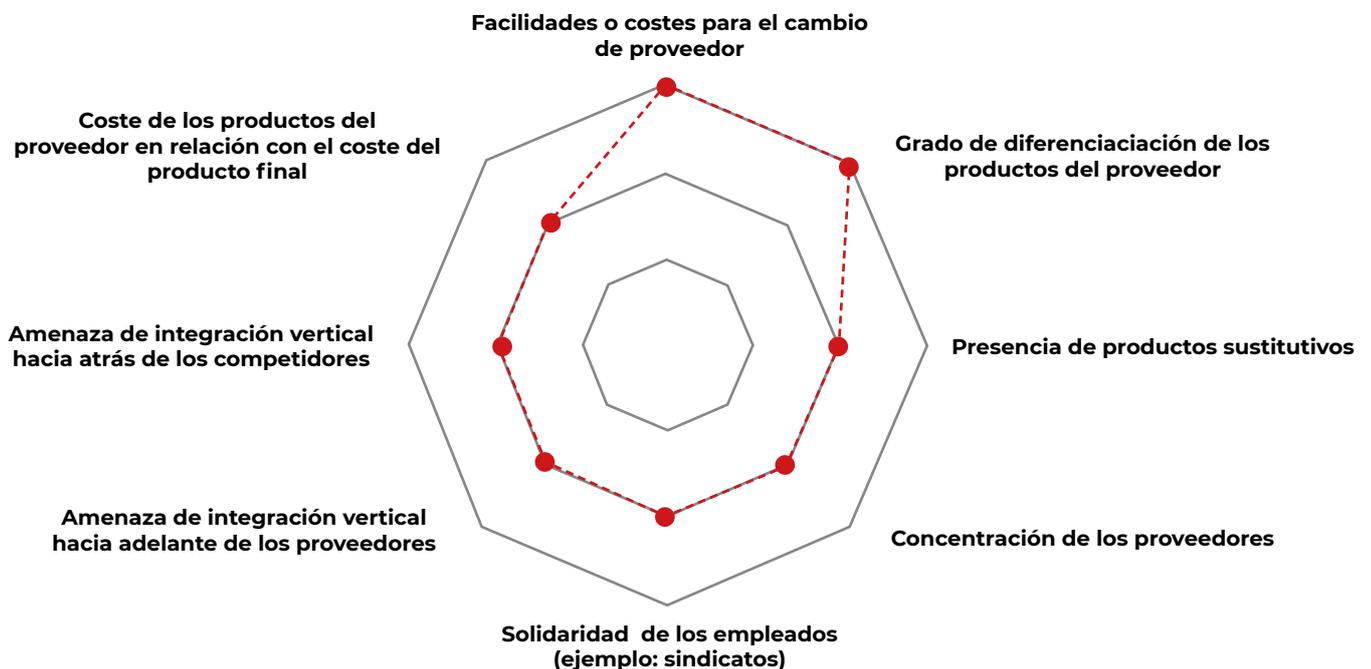




Poder de negociación de los proveedores: Amenaza que corre a cuenta de los proveedores debido al gran poder de negociación. Cuando los proveedores cuentan con mucha organización, el mercado es más atractivo.

En este caso, los proveedores no poseen un alto poder de negociación debido a que, al existir un gran número de proveedores de maquinaria, el cambio del mismo presenta unos costes bajos.

FACTORES PODER NEGOCIACIÓN PROVEEDORES

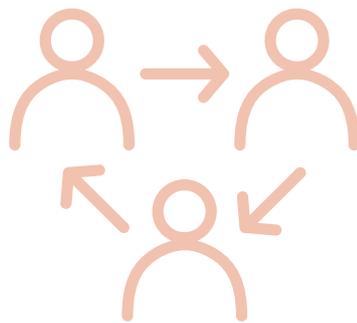
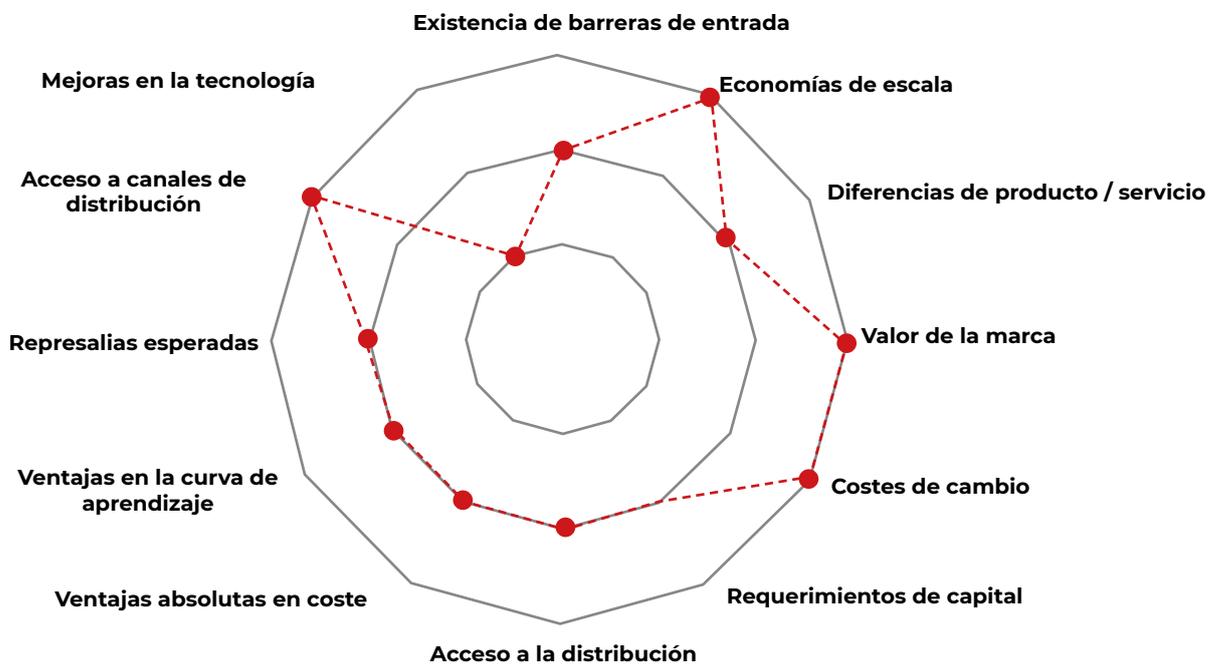




Amenaza de entrada de nuevos competidores: Existen ciertas barreras de entrada a los nuevos productos que se quieran introducir en un determinado mercado. Si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, no es atractiva.

En el caso de este negocio, existe una cierta amenaza debido a la existencia de ciertas barreras de entrada a causa de la inversión necesaria para la puesta en marcha. Por ello, es recomendable llevar un control de la competencia.

FACTORES ENTRADA NUEVOS COMPETIDORES

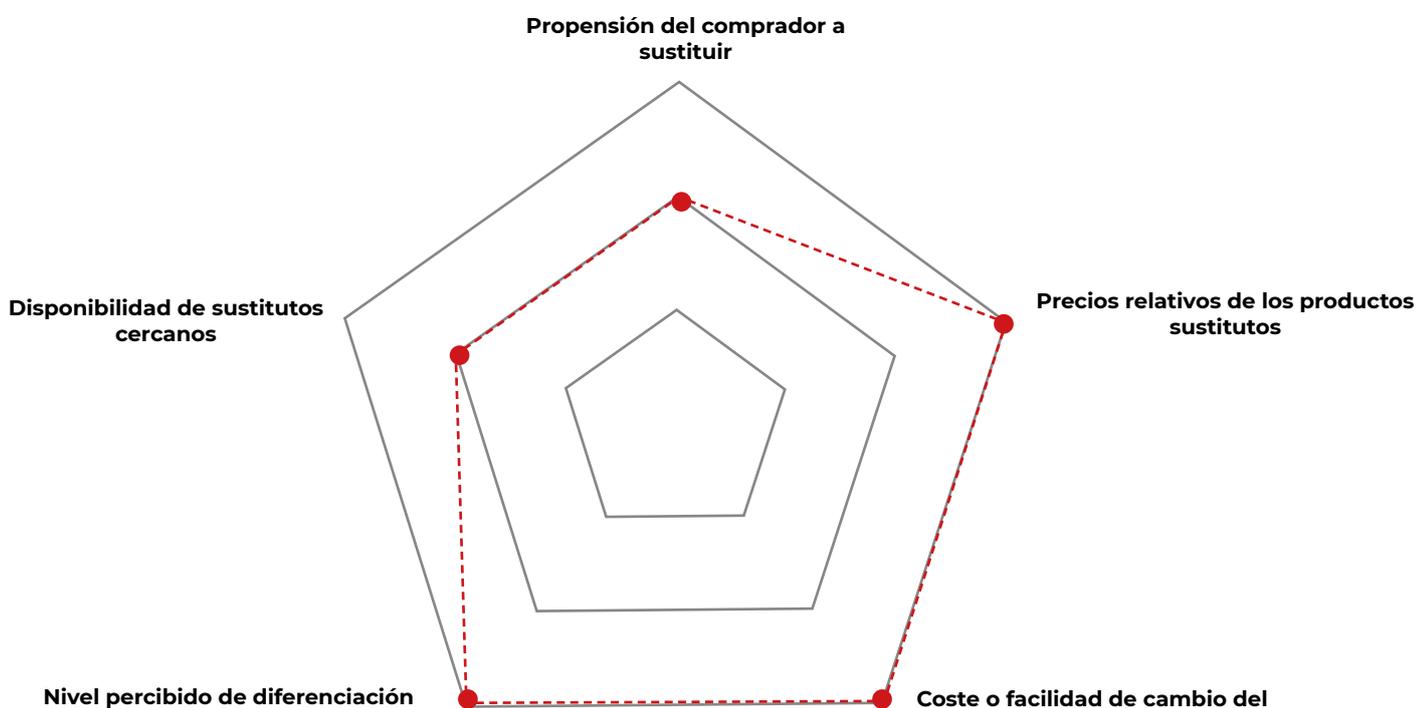




Amenaza de nuevos productos sustitutos. Si los productos son muy similares entre sí, generará una escasa rentabilidad. Un mercado no será tan atractivo si hay productos sustitutos.

En la actualidad existen ciertas alternativas a este tipo de negocios, como es el caso de las subastas de este tipo de productos.

FACTORES AMENAZA PRODUCTOS SUSTITUTIVOS





3.3. COMPETENCIA

Consiste en uno de los aspectos más importantes a considerar, ya que el objetivo de cualquier empresa es destacar frente a sus competidores en el valor que aportan sus productos/servicios para el consumidor. Analizarla nos ayudará a identificar la ventaja competitiva que nuestro negocio puede implementar en un mercado.

El análisis de la competitividad es importante para poder identificar la ventaja competitiva genérica que la empresa puede implementar en el mercado. Por ello, no solo se debe orientar hacia el cliente, sino tener en cuenta nuestra competencia.

Por ventaja competitiva se entiende el análisis de las características o atributos que poseen nuestros productos/servicios y que pueden aportar cierta superioridad sobre la competencia. Esta superioridad es relativa y la marca el competidor mejor situado en el mercado o segmento.

La superioridad de un competidor depende de varios factores. Estos se pueden agrupar en dos categorías según el origen de la ventaja competitiva que proporcionen: interna o externa.

Una ventaja competitiva se denomina externa cuando se apoya en las cualidades distintivas del producto/servicio que se centran en aportar un “valor para el comprador”, (p.j. reducción costes de uso, mejorando su rendimiento de uso, ...). Una ventaja competitiva externa aumenta el “poder de mercado” de la empresa y nos permite ofrecer un precio de venta superior.

Una ventaja competitiva es interna cuando se apoya en una superioridad de la empresa (p.j. en los costes, administración o gestión) que aporta “valor al vendedor” permitiendo tener costes inferiores. Esto permite obtener una mayor rentabilidad y /o una mayor capacidad de resistencia a una reducción en el precio de venta impuesta por el mercado o por la competencia.

Nuestro competidor será aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros dirigiéndose al mismo público objetivo, ya sea ofreciendo productos o servicios similares o sustitutivos. A continuación, se presentan algunos ejemplos de competidores:

- **VALLCAL SL:** ofrece servicio S.A.T, así como representación de empresas de venta y alquiler de maquinaria. La empresa presenta una amplia gama de servicios avanzados.
- **MAQUITUVE SL:** Ofrece mantenimiento preventivo, así como comercialización y servicio postventa de maquinaria para automoción. Empresa innovadora en su planteamiento de prestación de servicios y definición de productos para el sector.

Se puede apreciar como cada una de ellas sigue una estrategia diferente. En este caso, una opción podría ser situarse en una calidad (alta o media-alta) con un rango de precios competitivos.

A nivel provincial podemos destacar a las siguientes empresas que ofrecen servicios de la misma tipología:

- **SUMINISTROS INDUSTRIALES VIPER SA:** enfocada en el sector metal.



- **APLITEC SISTEMAS SL:** ofrece una amplia gama de soluciones y servicios de adaptación y fabricación de maquinaria para usos específicos..
- **MAQUINARIA MARCOVE SA:** ofrece una amplia gama de posibilidades en compra, reparación, alquiler y venta de máquinas y herramientas industriales.

Competencia potencial:

El riesgo de entrada de nuevos competidores en el mercado y su entrada efectiva, si ésta se llega a producir, supone que aumente la rivalidad competitiva entre las diferentes empresas del mercado.

Este riesgo se verá disminuido si existen barreras de entrada, así como importantes medidas de reacción por parte de las empresas ya instaladas contra las recién llegadas.

Centrándonos en el sector objeto de estudio, suponen una competencia directa para este negocio tres tipos de negocios establecidos en diferentes localidades de la provincia de Burgos:

En primer lugar, los encargados del mantenimiento y reparación de herramientas y maquinaria industrial. Algunos ejemplos de los mismos en la provincia son: Talleres B.P.R en Villagonzalo Pedernales, o D Metal Industrial Del Norte SL en el Valle de Mena.

En segundo lugar, las organizaciones que ofrecen servicios de reciclaje de ciertos equipos, como es el caso de Reciclajes Briviesca SL.

Por último, las organizaciones dedicadas al alquiler de maquinaria. Tal es el caso por ejemplo de Grúas Basurto en Medina de Pomar.

La oportunidad para la puesta en marcha de este negocio radica en que en la provincia de Burgos no existen empresas que ofrezcan estos servicios simultáneamente. Sin embargo, si el negocio tiene éxito puede provocar la aparición de competidores directos en la misma zona, lo cual, por otra parte, podría generar un efecto multiplicador positivo en la percepción de la organización.

Sustitutivos:

El posible servicio sustitutivo podría ser la adquisición por parte del usuario de herramientas o equipos en subastas de segunda mano celebradas en la provincia o alrededores. Además, hay que tener en cuenta la opción de la del mantenimiento y reparación por parte del propio usuario, sin necesidad de acudir a un taller o negocio especializado.

Cada vez es mayor el número de usuarios que compran los recambios y el material necesario en tiendas especializadas y realizan ellos mismos el mantenimiento o pequeña reparación.

Su punto fuerte en relación al negocio desarrollado en el documento es su menor precio. Por otra parte, su debilidad sería la no disponibilidad de todo el material necesario para reparaciones de mayor envergadura.







4. RECURSOS HUMANOS

4.1. NECESIDADES

Los recursos humanos con los que contará este proyecto dependerán de la demanda. Una de las principales claves para el éxito en esta actividad está en rodearse de los profesionales adecuados, contando con experiencia en el sector.

Un ejemplo de modelo tipo para iniciar este negocio sería el siguiente:

Una empresa formada por un promotor/a o CEO y un trabajador con formación en maquinaria. Al inicio de la actividad, debido a la imposibilidad de soportar unos elevados costes fijos, los servicios serán realizados de manera personal por los promotores, desempeñando el CEO las actividades comerciales de alquiler de maquinaria, además de la recogida y entrega de los equipos y, el otro promotor/trabajador, el mantenimiento y reciclaje de herramientas y equipos.

Posteriormente, con el negocio más asentado, se subcontratarán más profesionales del sector que sirvan de ayuda y apoyo en la prestación de los diferentes servicios, con la posibilidad de contratarlos o externalizar nuevos profesionales.

Es aconsejable que los trabajadores de la empresa posean conocimientos sobre equipos y maquinaria y su correcto mantenimiento, al mismo tiempo que cuenten con experiencia en el trato con el público. Además, es recomendable que sean organizados, agradables, responsables y con capacidad de trabajar en equipo.

4.2. EXTERNALIZACIÓN

En este tipo de negocios se suelen subcontratar ciertas funciones administrativas o productivas. Algunos ejemplos de estas tareas son:

- Arrendamientos: 7.200,00€
- Renting vehículo: 4.632,00€
- Publicidad y relaciones públicas: 3.100,00€
- Asesoría contable: 1.320,00€
- Seguros: 1.160,00€







5. MARKETING

5.1. ESTRATEGIA SEGMENTACIÓN

Con esta estrategia logramos diferenciar en el mercado objetivo nuestra oferta del resto del producto/servicios, dividiendo este en diferentes grupos de consumidores homogéneos entre sí y heterogéneos entre los grupos.

Para la actividad de estudio, una estrategia de segmentación adecuada sería la **concentrada**, centrándose únicamente en un segmento, que en este caso será el industrial, para lo cual se enfoca en las herramientas y equipos utilizadas en este sector. Esto se debe a que, como se ha mencionado previamente, la provincia de Burgos se encuentra muy industrializada.

5.2. ESTRATEGIA POSICIONAMIENTO

Con esta estrategia logramos llevar la marca, empresa o producto/servicio desde su imagen inicial/actual a la imagen que deseamos, cambiando la percepción del consumidor.

Una estrategia adecuada para este negocio podría ser el posicionamiento basado en los beneficios, buscando posicionar el servicio en la mente de los consumidores resaltando los beneficios que conlleva su uso. Un ejemplo podría ser llevar a cabo una campaña de concienciación sobre la necesidad del reciclaje de este tipo de enseres, además de todos los beneficios que ofrece la sostenibilidad y el desarrollo de una economía circular.

5.3. CLIENTE – PÚBLICO OBJETIVO

Los clientes o usuarios finales a los que nos dirigimos con esta actividad serán, principalmente, todas aquellas industrias que requieran del mantenimiento o reciclaje de sus equipos industriales. Sin olvidar a todas aquellas personas o familias que precisen de los servicios ofrecidos para alguna herramienta o equipo de su vivienda particular.

En este sentido, podríamos clasificar a los clientes en función de sus necesidades:

- **Mantenimiento:** organizaciones o particulares que busquen mantener sus herramientas en buenas condiciones.





- **Reciclaje de equipos:** organizaciones o particulares concienciadas con la sostenibilidad y el medio ambiente, cuyos equipos se encuentren viejos o deteriorados y no sepan qué hacer con ellos.
- **Alquiler:** organizaciones o particulares que necesiten hacer uso de una máquina durante un tiempo determinado.

5.4. MARKETING MIX (4 P´S)

El marketing mix se trata de un instrumento fundamentalmente estratégico y táctico, compuesto por herramientas que utiliza la empresa para alcanzar sus objetivos.

A continuación, se van a analizar las políticas de: precio, producto/servicio, distribución, comunicación y promoción:

Precio

Es un componente muy importante a corto plazo, constituye un instrumento competitivo muy poderoso, ya que permite establecer estrategias determinadas y diferenciar a los diferentes grupos de clientes.

La definición de una política de precios permite establecer estrategias determinadas y diferenciación entre grupos de clientes.

Posibles estrategias de fijación de precios:

- **Estrategia de discriminación de precios:** Aplicar distintos precios para un mismo producto, dependiendo de las características del mercado al que se dirige. Esta estrategia es aconsejable para este negocio porque permitirá obtener mayores beneficios que con una única tarifa. Por ejemplo, cobrar precios más elevados si el cliente es una gran empresa.
- Estrategias de precios dinámicos: Los precios fluctúan en función del mercado y la demanda de los consumidores, para ello se toma en cuenta el precio de la competencia, así como la demanda de los consumidores.
- El precio medio de la reparación de herramientas y otros enseres ronda los 40 euros por hora. Hay que remarcar que el precio-servicio es difícil de calcular porque se existen múltiples opciones. Se han estimado varios precios de referencia para los distintos tipos de servicios:
 - Mantenimiento maquinaria: precio medio 40,00€/hora.
 - Alquiler maquinaria: precio medio 60,00€/día.
 - Alquiler maquinaria grande: a partir de 100,00€/día.
 - Reciclaje de equipos: precio medio 5€/equipo.
 - Servicios recogida/entrega a domicilio: precio medio 5€/equipo.

() En el caso del alquiler, el precio dependerá del tiempo durante el que se adquiera la máquina, además del tipo y categoría de la misma. Para clientes habituales y/o profesionales habrá tarifas especiales.*



- A los usuarios que entreguen sus equipos para su reciclaje, se les ofrecerá un vale equivalente a cierta cantidad monetaria para compras posteriores en el negocio.

Estrategias en función del volumen de ventas:

- Maximizar el volumen de ventas en unidades físicas (Obtener cuota de mercado). A través de precios bajos con una demanda expansible y elástica (Mayor sensibilidad al precio)
- Maximizar volumen de ventas en unidades monetarias (Obtener ingresos). A través de precios altos con una demanda inelástica y para un producto diferenciado (Menor sensibilidad al precio)

Producto/Servicio

El producto es el medio por el cual se pueden satisfacer las necesidades del consumidor.

En este caso, este servicio busca ofrecer el mantenimiento de herramientas y otros enseres, así como el reciclaje de equipos y alquiler de pequeña maquinaria industrial.

Los instrumentos que utilizarán para ello son las infraestructuras de la nave industrial, los productos y materiales necesarios para el desarrollo de las distintas actividades, así como medios telemáticos de los que disponen los promotores, como es el caso del teléfono, ordenador, e-mail, entre otros.

Por todo esto, la estrategia usada sería la diferenciación, la cual se logrará a través de la oferta de diferentes servicios acorde con la economía circular y la sostenibilidad. Además, ofrece un trato personalizado y adaptado a cada cliente durante la prestación del servicio como después del mismo..

Distribución

Es un instrumento del marketing a través del cual se define y perfecciona el intercambio entre el productor y el consumidor. Gracias a ella se logra una mejor asignación de los recursos económicos.

En el caso de esta empresa, al contratar los servicios, se procederá a la recogida de las herramientas y equipos y a su posterior entrega en el domicilio. Por ello, lo más adecuado es un canal de distribución directo (corto), que ponga en contacto directamente a la empresa con el consumidor final, lo cual se hará posible a través del uso de la contratación telefónica o por la página web, de donde los usuarios obtendrán información acerca del negocio. De esta manera reducir costes, optimizar márgenes y así poder ofrecer un servicio a un precio más competitivo.

Comunicación y promoción

La promoción es fundamentalmente comunicación. Buscar informar de la existencia del producto o servicio y sus ventajas, así como persuadir al cliente potencial para que lo compre.





En este caso, el gasto dedicado a publicidad al iniciar el negocio será elevado. Esto se debe a que, en un primer momento, es importante dar a conocer la actividad en el ámbito provincial, desarrollando una serie de acciones publicitarias tanto online como offline, con el fin de alcanzar notoriedad y posicionamiento en el mercado.

Esto se realizará a través de la creación de una página web, la cual es primordial ya que, en los últimos años, Internet se ha posicionado como un canal preferente en la búsqueda de información sobre esta tendencia medioambiental, lo cual provoca una mayor conciencia en la que atraiga al público objetivo. Se procederá al reparto de folletos, tarjetas de visita, así como pegado de carteles. Por su parte, se darán charlas en diferentes municipios de la provincia de Burgos buscando atraer a un mayor número de usuarios.

La comunicación es fundamental y de ella depende el arranque y la viabilidad del negocio, por lo que se recomienda un presupuesto acorde a los objetivos; o experiencia y conocimientos de los promotores para realizar acciones de manera interna.







6. INVERSIONES

6.1. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES INVERSIONES NECESARIAS PARA LA PUESTA EN MARCHA

Un ejemplo de la inversión necesaria para el inicio de la actividad según el modelo tipo descrito anteriormente podría ser:

ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA INVERSIÓN	PRECIO
Maquinaria	92.500,00
Utillaje	4.850,00
Instalaciones	4.300,00
Aplicaciones informáticas (Software, web y RRSS)	1.450,00
Mobiliario	1.200,00
Equipos informáticos	1.150,00
Otros	870,00
Licencias, marcas y similares	650,00
TOTAL	106.970,00

En el planteamiento presentado, la inversión no es muy elevada al arrendar una pequeña nave industrial (espacio de venta más almacén). En el caso de adquirir la nave la inversión aumentaría considerablemente, y más aún, en caso de reforma.

La partida de mayor importe en la inversión de este negocio proviene de la compra de maquinaria.

() Los importes de las inversiones descritas anteriormente son variables y dependen de varios factores (calidad, materiales, marcas, ...) que pueden hacer fluctuar su precio final.*







7. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

Un ejemplo de los principales gastos e ingresos que supone el inicio de la actividad según el modelo tipo descrito anteriormente podría ser:

7.1. PRINCIPALES GASTOS:

PARTIDAS	IMPORTE
Sueldos y salarios	40.200,00
Amortizaciones	11.867,00
Gastos financieros	11.529,00
Arrendamientos	7.200,00
Suministros	5.400,00
Renting furgoneta	4.632,00
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	3.100,00
Primas de seguros	1.500,00
Servicios de profesionales independientes	1.160,00
Otros gastos	440,00
Servicios bancarios y similares	350,00
TOTAL	87.378,00

7.2. ESTIMACIÓN DE INGRESOS

El volumen de ingresos previsto el primer ejercicio se estima en unos 69.900€, es decir, una cifra inferior a la partida de gastos de ese año. La naturaleza del negocio conlleva conseguir un número alto de clientes y al ser importes facturados relativamente pequeños, se necesita algún tiempo hasta alcanzar el umbral de rentabilidad.

Mediante la actividad comercial y, además, al ser un producto/servicio de precio bajo frente a la adquisición de una herramienta o maquinaria nueva, se espera que los clientes continúen arrendando y/o realizando los mantenimientos y reparaciones a lo largo del





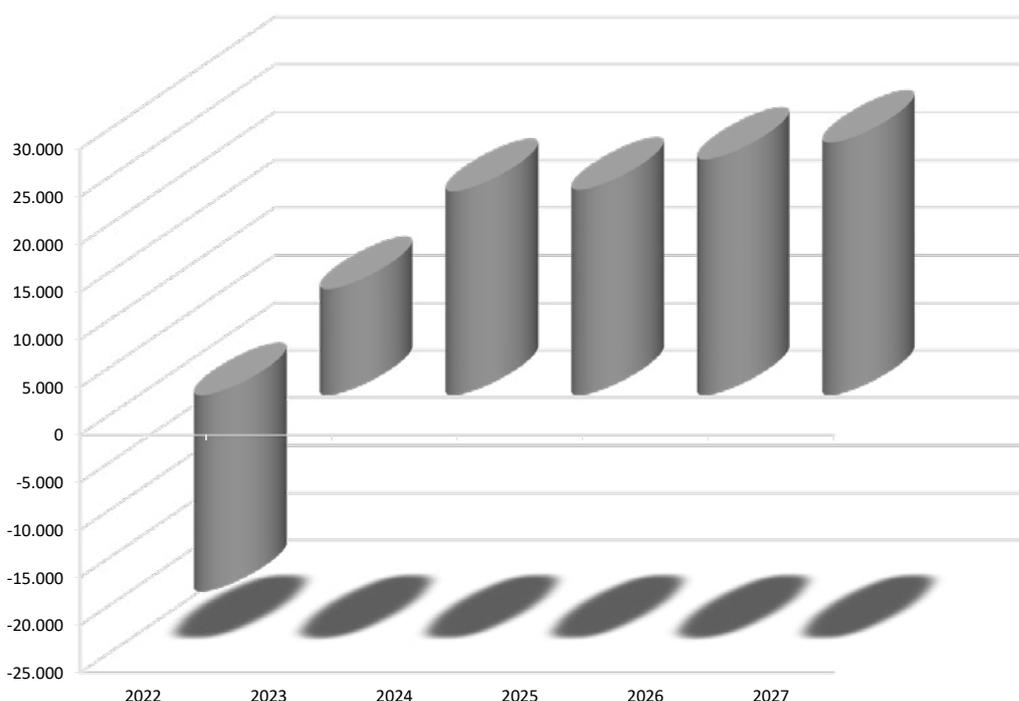
tiempo, y por tanto aumente considerablemente el número de clientes, así como, las veces que estos hacen uso de los servicios ofertados en el tiempo.

Las estimaciones de ingresos el primer año provienen de:

- Mantenimiento maquinaria: 312 horas/año.
- Alquiler maquinaria: 2,1 herramientas al día de media.
- Alquiler maquinaria grande: 9 días de herramientas grandes al mes de media.
- Reciclaje de equipos: 8 equipos reciclados al mes de media.
- Servicios recogida/entrega a domicilio: 8 servicios de media al mes.

En el segundo año se estima un incremento del 20% de los ingresos respecto al primer ejercicio.

BENEFICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS



Como se puede ver en la gráfica superior, la rentabilidad se alcanza en el segundo ejercicio, debido a que el primer año los gastos son superiores a los ingresos.

Se necesita un buen stock de maquinaria y herramienta. En total, se calcula unos fondos de 120.000 euros para cubrir tanto la inversión inicial como los gastos de los primeros meses, hasta que los flujos de caja se estabilicen. La financiación se solventa con la aportación de 40.000 euros con fondos propios del promotor/a y la solicitud de un préstamo de 80.000 euros. Además, cabría la posibilidad de solicitar subvención por la puesta en marcha y por la inversión a realizar (en el caso de obtener subvenciones las previsiones económicas-financieras mejorarían).



7.3. RENTABILIDAD MEDIA

La rentabilidad es el beneficio obtenido de una inversión. El potencial promotor/a deberá valorar la rentabilidad esperada junto con el riesgo a asumir (volumen de la inversión, plazo de recuperación, inestabilidad del mercado, ...) para determinar si esta oportunidad de negocio encaja con su perfil emprendedor. En concreto, la rentabilidad media se obtiene al comparar las ganancias o pérdidas obtenidas sobre la cantidad invertida. La rentabilidad media estimada de este negocio se encuentra en torno al 19% y se alcanzaría en torno al quinto año.

7.4. PAYBACK, TIR

El payback o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones y se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Por medio del payback sabemos el tiempo que se tarda en recuperar el dinero desembolsado al comienzo de una inversión. En este caso el plazo estimado es de 5 años y 2 meses.

La tasa interna de retorno (TIR) analiza la viabilidad de un proyecto y determina la tasa de beneficio o rentabilidad que se puede obtener de dicha inversión. El TIR utiliza el flujo de caja neto proyectado y el importe de la inversión del proyecto. En este caso el resultado obtenido se encuentra en torno al 7%.







8. FORMAS JURÍDICAS Y TRÁMITES

Presentamos a continuación las opciones existentes, de acuerdo con la legislación vigente, por medio de la siguiente tabla:

Tipo	Nº socios	Capital social	Régimen fiscal	Respons. socios	Normativa	Rég. Seg. Social
Empresario Individual	1	No existe mínimo legal	IRPF e IVA	Ilimitada	CC en materia mercantil y Código Civil Ley 20/2007 Ley 6/2017 RD 197/2009 Ley 14/2013 Ley 31/2015	Autónomos
Comunidad de Bienes	Mínimo 2	No existe mínimo legal	IRPF e IVA	Ilimitada y solidaria	CC en materia mercantil y Código Civil	Autónomos
Sociedad Anónima (S.A.)	Mínimo 1	Mínimo 60.000€	IS e IVA	Limitada al capital aportado	RD legislativo 1/2010 Ley 11/2009 RD 1251/1999	Autónomos para socios con poder de dirección
Sociedad Responsabilidad Limitada (S.R. L.)	Mínimo 1	Mínimo 3.000€	IS e IVA	Limitada al capital aportado	RD Legislativo 1/2010 RD 421/2015, 29 mayo Orden JUS/1840/2015 RD ley 13/2010 Ley 14/2013	Autónomos para socios con poder de dirección
S.A. Laboral	Mínimo 2	Mínimo 60.000€	IS e IVA	Limitada al capital aportado	Ley 44/2015	Rég. General para socios trabajadores, salvo que posean el control de la sociedad





Tipo	Nº socios	Capital social	Régimen fiscal	Respons. socios	Normativa	Rég. Seg. Social
S.R.L. Laboral	Mínimo 2	Mínimo 3.000€	IS e IVA	Limitada al capital aportado	Ley 44/2015	Rég. General para socios trabajadores, salvo que posean el control de la sociedad
Cooperativa	Mínimo 3	Mínimo fijado por los estatutos	IS e IVA	Limitada al capital aportado	Ley 27/1999 de Cooperativas	Elección entre Autónomos y Rég. General (totalidad cooperativistas)
Sociedad Civil	Mínimo 2	No existe mínimo legal	IS e IRPF	Ilimitada	CC en materia mercantil y Código Civil en materia de derechos y obligaciones.	Régimen especial de trabajadores autónomos
Sociedad Colectiva	Mínimo 2	No existe mínimo legal	IS	Ilimitada	CC	Régimen especial de trabajadores autónomos
Sociedad Comanditaria Simple	Mínimo 2	No existe mínimo legal	IS	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: limitada	CC	Régimen especial de trabajadores autónomos
Sociedad Comanditaria por Acciones	Mínimo 2	Mínimo 60.000€	IS	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: limitada	RD legislativo 1/2010	Régimen especial de trabajadores autónomos
Sociedades Profesionales	Mínimo 1	Según forma social adoptada	Según forma social adoptada	Disciplinaria y patrimonial	Ley 2/2007 Ley 25/2009	
Sociedad Agraria de Transformación	Mínimo 3	No existe mínimo legal	IS	Ilimitada	RD 1776/1981 Ley 20/1990 Orden de 14 septiembre 1982	
Agrupación de Interés económico	Mínimo 2	No existe mínimo legal	IS	Personal y solidaria	Ley 12/1991 Reglamento CEE 2137/1985	

En función de las características de este modelo de negocio, al inicio de la actividad se recomienda constituirse como empresario/a individual. Sin embargo, en el momento que el volumen de ingresos aumente y/o se realicen nuevas inversiones se puede valorar la posibilidad de constituirse como Sociedad de Responsabilidad Limitada.



8.1. CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

El alta como empresario/a individual es totalmente gratuita por medios telemáticos. Esta posibilidad nos permite realizar los trámites de constitución y puesta en marcha del empresario/a evitando así desplazamientos.

Pasos que se realizan a través de la tramitación telemática:

- **Paso 01** - Complimentación del Documento Único Electrónico (DUE)
- **Paso 02** - Trámites en la Seguridad Social
- **Paso 03** - Comunicación del inicio de actividad a la Agencia Tributaria

Pasos complementarios

- **Paso 01** – Inscripción de ficheros de carácter personal en la Agencia Española de protección de datos
- **Paso 02** – Solicitud de reserva de Marca o Nombre Comercial en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)
- **Paso 03** – Solicitud de Licencias en el Ayuntamiento.
- **Paso 04** - La comunicación de los contratos de trabajo al Servicio Público de Empleo Estatal

Pasos no incluidos en el procedimiento telemático:

Existen una serie de trámites necesarios para constituir un Empresario individual que todavía no están cubiertos. Entre ellos:

- La comunicación de la apertura del Centro de Trabajo.
- La obtención y legalización de los libros.

En el caso de tratarse de varios autónomos, constituyendo una Sociedad Civil:

- Trámite privado: Contrato privado en el que se detalle la naturaleza de las aportaciones y porcentaje de participación que cada socio tiene en las pérdidas y ganancias de la Sociedad civil
- Agencia Tributaria (AEAT): Número de identificación fiscal

() En el caso futuro de constitución de una Sociedad de Responsabilidad Limitada los pasos para crear la sociedad son:*

- Denominación de la sociedad.
- Capital social, distribución y elección de los socios.
- Estatutos de la sociedad.
- Poderes de administración y gestión.

La denominación de la sociedad será elegida por el promotor. El capital mínimo, en el caso previsto de que se trate de una SL, sería 3.000,00 euros. Los estatutos son otorgados por el notario elegido, así como los poderes de administración y gestión.





8.2. TRÁMITES ADMINISTRATIVOS A SEGUIR PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y SU PUESTA EN MARCHA

8.2.1. Trámites de constitución

TRÁMITE	CONCEPTO	DOCUMENTACION A APORTAR	LUGAR	PLAZO O VALIDEZ
Certificación Negativa del Nombre	Certificación que acredita que el nombre de la sociedad no coincide con otra existente	Instancia oficial con los nombres elegidos (máximo de tres) Solicitada por uno de los futuros socios.	Sociedades Mercantiles: Registro Mercantil Central	Validez: 3 meses renovable hasta 6 meses.
Otorgamiento de Escritura Pública	Acto por el que las personas fundadoras proceden a la firma de la escritura de constitución de la sociedad, según los Estatutos.	- Certificación negativa del nombre. - Estatutos sociales - Certificado bancario que acredite el desembolso del capital social aportado por los socios.	Notaria	Validez: Inmediata
Código de Identificación Fiscal (CIF)	Identificación de la sociedad a efectos fiscales.	- Impreso modelo 036 - Copia simple de la escritura de constitución - Fotocopia DNI del solicitante si es socio o fotocopia del poder notarial si es apoderado.	Administración o Delegación de la AEAT, correspondiente al domicilio fiscal de la sociedad Burgos: C/ Vitoria, 39 Miranda: Concepción Arenal, 46 Aranda: C/ Burgo de Osma, 7 y 9	Plazo: 30 días a partir del otorgamiento de la escritura
Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados	Impuesto que grava la constitución de una sociedad (1% sobre el capital de la sociedad)	- Impreso y cumplimentado modelo 600 - Primera copia y copia simple de la escritura de constitución - Fotocopia del CIF	Servicios Territoriales de Hacienda de la Junta de Castilla y León.	Plazo: 30 días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura.
Registro Mercantil	Publicidad de la situación jurídica mercantil a través de la cual la sociedad adquiere su personalidad jurídica.	- Primera copia de la escritura de constitución - Fotocopia CIF - Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (modelo 600)	Registro Mercantil correspondiente al domicilio social.	Plazo: Dentro del mes siguiente al otorgamiento de la escritura.

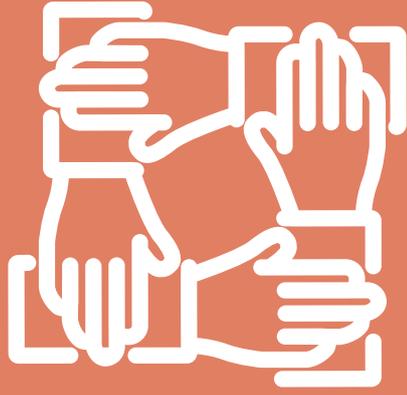


Los trámites para el alta se pueden llevar a cabo también a través de un punto PAE, en el cual se puede realizar todo el proceso en 2 horas. Otra opción gratuita es realizar estos trámites a través de una ventanilla única.

8.3. ASISTENCIA JURÍDICA DE LA EMPRESA Y COBERTURA DE RIESGOS

Se han presupuestado en el apartado correspondiente a los servicios exteriores del estudio económico-financiero las partidas correspondientes a asesores externos y seguros en función de las estimaciones y necesidades previstas en función de la actividad del negocio.







9. FICHA RESUMEN

NOMBRE DEL NEGOCIO	MANTENIMIENTO DE HERRAMIENTAS Y OTROS ENSERES, RECICLAJE DE EQUIPOS Y ALQUILER DE PEQUEÑA MAQUINARIA
DESCRIPCIÓN	<p>La actividad de la empresa consiste en la prestación de los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantenimiento de herramientas y otros enseres ✓ Reciclaje de equipos ✓ Alquiler de pequeña maquinaria
JUSTIFICACIÓN	<p>Existe una gran demanda de estos servicios debido a la situación sanitaria actual y al auge de la sostenibilidad, lo que incentiva la creación de negocios basados en Economía Circular. Además, la provincia de Burgos alberga una gran cantidad de industrias, por lo que es de gran importancia el mantenimiento de herramientas, así como el reciclaje de equipos y alquiler de pequeña maquinaria.</p>
CLIENTES	<p>Los principales clientes potenciales de este tipo de servicios son, principalmente, las industrias que requieran del mantenimiento o reciclaje de sus equipos y, por otra parte, aquellas personas o familias que precisen de los servicios ofrecidos para alguna herramienta o equipo de su vivienda.</p>
MARKETING	<p>Algunas de las estrategias adecuadas para el desarrollo de este negocio serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de diferenciación ✓ Estrategia de segmentación concentrada ✓ Estrategia de posicionamiento basada en los beneficios ✓ Estrategias de discriminación de precios y de precios dinámicos
FINANZAS	<p>La inversión del negocio: MEDIA (106.970€)</p> <p>Financiación: MEDIA (120.000€)</p> <p>Rentabilidad esperada: ALTA (19%)</p> <p>Payback: MEDIO (5 años y 2 meses)</p>
PERFIL DEL EMPRENDEDOR/A	<p>Persona con conocimientos sobre equipos y maquinaria y su mantenimiento. Además, es importante que sea organizado, agradable, responsable, con capacidad de trabajar en equipo, y con experiencia en el trato con el público.</p>
OBSERVACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Modelo de negocio escalable ✓ Posibles colaboraciones/acuerdos con instituciones públicas/privadas ✓ Cierta menaza de nuevos competidores







10. ANEXOS

10.1. FUENTES DE INFORMACIÓN

BOE: Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado <https://www.boe.es/>

BOCYL: Boletín Oficial de Castilla y León <https://bocyl.jcyl.es/>

BOPBUR: Boletín Oficial de la provincia de Burgos <http://bopbur.diputaciondeburgos.es/>

SODEBUR: Sociedad para el Desarrollo de la provincia de Burgos <https://sodebur.es/>

10.2. SUBVENCIONES Y FINANCIACIÓN

Existen diversas instituciones que ofrecen ayudas y subvenciones al emprendimiento que te pueden interesar:

- **Horizonte 2020:** Financia proyectos de investigación e innovación de diferentes áreas temáticas en el contexto europeo, y contribuye a abordar los principales **retos sociales**, promover el **liderazgo industrial** en el continente y reforzar la **excelencia** de su base científica. Presupuesto disponible: 76.880 Millones de euros. <https://eshorizonte2020.es/>
- **SEPE:** Servicio Público de Empleo Estatal. Bonificaciones y ayudas. <https://sepe.es/HomeSepe/empresas/informacion-para-empresas/bonificaciones-ayudas.html>
- **ICE:** Instituto para la Competitividad Empresarial. Líneas ICE Financia. Iberaval <https://www.iberaval.es/negocio/ice-financia/>
- **SODEBUR:** Ayudas y subvenciones. <https://sodebur.es/ayudas-subvenciones/>

10.3. SERVICIOS PÚBLICOS: HACIENDA, SEGURIDAD SOCIAL

A continuación, te mostramos diversas entidades y organizaciones que te pueden servir de apoyo a la hora de emprender

- BOE: Contiene información a tener en cuenta a la hora de emprender <https://www.boe.es/>
- Agencia Estatal de Administración Tributaria Burgos https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/Inicio/_otros/_Direcciones_y_telefonos/_Delegaciones_y_Administraciones/Castilla_y_Leon/Burgos/Delegacion/Delegacion.shtml





- Ministerio de Trabajo y Economía Social: con competencias en relaciones laborales, de empleo y de Seguridad Social. Además, se centra en el desarrollo de la política del Gobierno en materia de extranjería, inmigración y emigración.
<https://www.mites.gob.es/>
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: programas para ayudar a los **emprendedores**, así como financiar a **emprendedores** y Pymes
<https://www.mincotur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>
- Servicio Público de Empleo Estatal: Información de las ayudas y subvenciones a las que tiene derecho como emprendedor
<https://sepe.es/HomeSepe/autonomos/incentivos-ayudas-emprendedores-autonomos.html>
- ICO: Financia la inversión de actividades viables con un interés muy bajo
<https://www.ico.es/web/ico/sobre-ico>
- RedEmprendia: Programas internacionales por parte de la red universitaria, con el fin de apoyar la creación de empresas basadas en el talento y conocimiento generado en la universidad.
- ImpulsaTIC: Asociación de apoyo a jóvenes que quieren emprender en el sector de las TIC.
<https://impulsatic.org/>
- ADEME: la Asociación Española de Mujeres Empresarias de CyL
<https://www.ademe.es/>
- CEAJE: Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios.
<https://www.ceaje.es/>
- Club del emprendimiento: Club formado por pymes, autónomos y emprendedores de España.
<https://www.clubdelemprendimiento.com/>
- AEEC: Asociación Española de Emprendedores Científico-Tecnológicos
<https://www.enfermeriaencardiologia.com/>
- ANCES: Asociación de CEEIs españoles.
<https://ances.com/>

Trámites para la puesta en marcha de una Sociedad de Responsabilidad Limitada:

- Agencia Tributaria (AEAT): **Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores**
- Agencia Tributaria (AEAT): **Impuesto sobre Actividades Económicas** (exentas las empresas de nueva creación durante los dos primeros ejercicios)
- Tesorería General de la Seguridad Social: **Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social**



- Registro Mercantil Provincial: **Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad**
- Registro Mercantil Provincial: **Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales**
- Autoridades de certificación: **Obtención de un certificado electrónico**
- Ayuntamientos: Licencia de actividad
- Otros organismos oficiales y/o registros: **Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros**
- Tesorería General de la Seguridad Social: **Inscripción de la empresa**
- Tesorería General de la Seguridad Social: **Afiliación de trabajadores** (en el supuesto de que no estén afiliados)
- Tesorería General de la Seguridad Social: **Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social**
- Servicio Público de Empleo Estatal: **Alta de los contratos de trabajo**
- Consejería de Trabajo de la CCAA: **Comunicación de apertura del centro de trabajo**
- Seguridad Social: **Obtención del calendario laboral**
- Oficina Española de Patentes y Marcas: **Registro de signos distintivos**



