

Oportunidades de negocio en la Provincia de Burgos



INTRODUCCIÓN

SECTOR PRIMARIO

1. CABRAS ALPACAS
2. CULTIVO DEL AMARANTO
3. CULTIVO Y VENTA DE HONGOS COMESTIBLES
4. GRANJA DE CARACOLES
5. HUERTA ECOLÓGICA Y CULTIVO DE FRUTOS ROJOS

SECTOR SECUNDARIO

6. ALQUILER DE CASAS EN LOS ÁRBOLES
7. CARBÓN VEGETAL
8. CERVEZA ARTESANAL
9. CONSTRUCCIÓN DE CASAS DE MADERA
10. CULTIVOS HIDROPÓNICOS
11. DESHIDRATACIÓN DE HORTALIZAS
12. FABRICACIÓN DE AGUARDIENTE
13. FABRICACIÓN DE PELLETS
14. GRANJA DE PRODUCCIÓN DE HUEVOS ECOLÓGICOS
15. HUMUS DE LOMBRIZ
16. INVERNADERO DE FLOR
17. LECHE DE AVENA
18. LECHE DE YEGUA
19. MADERA ESTRUCTURAL
20. PLANTA DE COMPOSTAJE
21. PLANTA ENVASADORA DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS

SECTOR TERCIARIO

- 22. ACADEMIA ESCOLAR
- 23. ASISTENCIA A DOMICILIO
- 24. BUSCADOR DE EMPRESAS DE REPARACIÓN
- 25. BUSCADOR DE TALLERES
- 26. CAMPAMENTOS DE TERCERA EDAD
- 27. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LOCALES
- 28. COMERCIO DE PROXIMIDAD
- 29. CONSULTORÍA DE EMPRESAS
- 30. CONTABILIDAD ON-LINE
- 31. EDITORIAL DE LIBROS ON-LINE
- 32. EMBOTELLADORA DE VINOS
- 33. GESTIÓN DE SERVICIOS MÚLTIPLES
- 34. LAVANDERÍA INDUSTRIAL CON ALQUILER DE ROPA
- 35. PISCIFACTORÍA
- 36. REPOSTERÍA MONACAL ON-LINE
- 37. RESIDENCIA DE ANCIANOS
- 38. OCIO ACTIVO-GIMNASIA DE MAYORES
- 39. SECRETARÍA VIRTUAL
- 40. SERVICIO DE PELUQUERÍA A DOMICILIO
- 41. TALLER A DOMICILIO
- 42. TINTORERÍA
- 43. TURISMO ACTIVO
- 44. VENTA FIGURAS DE MADERA
- 45. VENTA ON-LINE DE PRODUCTOS
- 46. VENTAS RÚSTICAS

INTRODUCCIÓN

La Sociedad para el Desarrollo de la Provincia de Burgos, SODEBUR, organismo perteneciente a la Diputación Provincial de Burgos tiene como misión principal promover el desarrollo a través de la integración de los agentes de la provincia y en los siguientes campos: infraestructuras, promoción económica y social e inversiones y subvenciones de otras administraciones e instituciones.

Como parte fundamental en el cumplimiento de dicha misión, Sodebur, gestiona y coordina el Plan Estratégico Burgos Rural 2010 – 2015 y, dentro de él, el Plan Integrado “Burgos Rural Emprende” cuyo objetivo principal consiste en el fomento del emprendimiento en el medio rural como aspecto clave en la dinamización empresarial de la provincia de Burgos.

Este proyecto surge en el ámbito de dicho plan y pretende identificar y determinar con precisión las oportunidades de negocio y los nichos de mercado que puedan existir en las distintas áreas territoriales de la provincia de Burgos y que permitan una mejora de la competitividad territorial, respondiendo así a las demandas y necesidades expuestas por parte del mercado cuya cobertura empresarial sería viable a través de iniciativas de emprendimiento.

Para llevarlo a cabo se ha desarrollado un análisis en profundidad de los sectores productivos de las seis áreas territoriales de la provincia de Burgos: Merindades, Ribera, Bureba, Arlanza, Demanda y Amaya-Camino, partiendo del diagnóstico de situación realizado en la definición en el Plan Estratégico Burgos Rural 2010-2015, con objeto de identificar, en cada una de ellas, oportunidades de negocio viables y concretas. Del mismo modo, se ha llevado a cabo, una labor de benchmarking, analizando negocios y posibilidades de emprendimiento de éxito llevadas a cabo en otros territorios, nacionales e internacionales, y sus posibilidades de adaptación al medio rural de la provincia de Burgos.

El trabajo se ha realizado en contacto con los Grupos de Acción Local de la provincia, teniendo en cuenta los estudios previos e información de la que ellos pudieran disponer que fuera de aplicación para el desarrollo de este estudio.

Para cada área territorial de la provincia se han identificado una serie de oportunidades de negocio reales debidamente justificadas y definidas que puedan generar actividad económica en la zona y que se pretende constituyan una herramienta de orientación y asesoramiento a posibles emprendedores que quieran poner en marcha una nueva actividad o retomar otra pre-existente en la provincia de Burgos, acompañándose cada una de ellas de una ficha informativa donde se detallan los factores que hacen atractivo el sector elegido, tipología de empresas que pueden crearse alrededor del mismo y cualquier otro contenido que se ha estimado relevante para poder hacer una evaluación de la misma.

Del mismo modo, para las oportunidades de negocio que han resultado más relevantes o coincidentes en diversas zonas, se presenta un modelo de plan de empresa que resulte de utilidad a posibles emprendedores o agentes inversores y que se presentarán juntos a modo de anexo al final de cada cuaderno.

Esperando, desde Sodebur, los Grupos de Acción Local y, en general, el Plan Integrado Burgos Rural Emprende que estos cuadernos, provinciales y territoriales sean de utilidad y faciliten la labor a aquellas personas que quieran emprender en la provincia de Burgos.

SECTOR PRIMARIO

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CABRAS ALPACAS
DESCRIPCIÓN	La alpaca es un camélido originario de los Andes, es una de las cuatro especies existentes en el continente americano. La alpaca tiene su hábitat en las altiplanicies de Perú, Chile, Bolivia y parte de Argentina, en altitudes que pueden alcanzar los 4.500 metros de altura, soportando las más adversas variaciones climáticas. Hay dos tipos de alpacas: la Huacayas y la Suri. La predominante es la Huacayas.
JUSTIFICACIÓN	Desde hace miles de años la lana de alpaca ha sido trabajada y muy cotizada, por su finura y resistencia, resultado de las extremas condiciones ambientales que soportan. Las alpacas tendrán una fácil adaptación a nuestro clima, menos extremo que el que habitualmente resisten, existiendo ya experiencias al respecto. Es un ganado rentable, no tiene el matadero como fin, y tanto si es considerado como un ganado con propósitos textiles o de venta del mismo, es sencillísimo de manejar, cuidar y conservar. La fibra de alpaca es altamente apreciada en la industria textil, la cual se emplea para hacer prendas de alta gama. Sin embargo, y dada la cantidad de alpacas que se prevé tener a corto plazo, el aprovechamiento de la fibra podría tener un fin más artesanal, la confección de prendas sencillas. La producción de lana por cabra es de 3 kg por año. Un kilo de fibra de se vende a unos 50-60 euros.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Cada animal vale aproximadamente 1.500 €. Según el enfoque que se vaya a dar al negocio la inversión variará. Lógicamente, si se empieza de cero habrá que comprar o arrendar un terreno con algún tipo de refugio. Lo más recomendable es combinar este negocio con la cría de otro tipo de ganado como, por ejemplo, las ovejas. Compartir infraestructuras reducirá la inversión inicial. A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/nave/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor ha de ser una persona familiarizada con el pastoreo, los animales y la naturaleza. En el caso de no disponer de estos conocimientos y/o experiencia habría disponer de un profesional para el cuidado de estos animales. Conocimiento de los canales de venta y distribución de los productos derivados de la actividad.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Inversión inicial notable.
- ✓ Esfuerzo de marketing para dar a conocer la calidad de la lana.

Barreras de salida:

- ✓ Posibles dificultades derivadas de la venta de las alpacas e instalaciones correspondientes.

ASPECTOS CLAVE

La alpaca vive entre 18 y 24 años y no cesa de producir lana hasta el final de su vida. En comparación con otro tipo de ganado, la alpaca no es cara de mantener ya que los costes de mantenimiento son mínimos.

La fibra de la alpaca no contiene lanolina, por lo tanto es hipoalergénica y altamente apropiada para personas delicadas de salud o hipersensibles a alérgenos en general.

Las alpacas se alimentan básicamente de pasto en verano y de heno en invierno. Se puede encontrar más de 22 colores naturales distintos (de negro a blanco puro.) Tienen crías una vez al año. La gestación dura 11 meses y medio y solo tienen una cría por parto, pero en dos o tres semanas pueden volver a quedarse preñadas.

Al contrario de las vacas, caballos y ovejas estos animales son muy cuidadosos con el terreno en donde viven. Sus pezuñas acolchonadas no erosionan el terreno y su forma de pastar no arranca la hierba sino que la corta.

Los costes anuales de mantenimiento de cada animal son unos 30-40 € y cada kilo de fibra de alpaca está valorado actualmente en 50-60 €.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

- ✓ Ley de la C.A. de Castilla y León 5/2005, de 24 de mayo, de establecimiento de un régimen excepcional y transitorio para las explotaciones ganaderas en Castilla y León.
- ✓ Ley 6/1994, de 19 de mayo, de Sanidad Animal de Castilla y León.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CULTIVO DEL AMARANTO
DESCRIPCIÓN	La idea de negocio es el cultivo del amaranto, un cereal originario de Sudamérica que presenta muchas propiedades nutricionales y que cada vez se comercializa más en Europa y en España.
JUSTIFICACIÓN	El amaranto es una planta de la que se aprovecha todo: tanto el grano como la planta en sí. Ésta se utiliza como verdura o forraje para los animales mientras que la semilla tiene un alto contenido en proteínas, vitaminas y minerales. Es ideal para casos de anemia y desnutrición, siendo un alimento rico en hierro, proteínas, vitaminas y minerales. Se trata de un alimento a tener en cuenta también para tratar la osteoporosis, puesto que contiene calcio y magnesio. Además de su interés nutricional destaca el posible aprovechamiento que se puede dar tanto a sus hojas, como a sus semillas o sus flores: ✓ Las hojas del amaranto son una verdura comestible. ✓ Las semillas se utilizan en la elaboración de bebidas y dulces. ✓ Las flores tienen un efecto medicinal, porque se pueden usar en terapias para el dolor y, además, se utilizan en la cosmética, como componentes de sombras y barras de labios por su color rojo intenso. Por último, el cultivo de amaranto es una alternativa interesante a los cultivos tradicionales ya que se adapta a diferentes tipos de suelos y climas y soporta muy bien la escasez de agua.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial aproximada consistiría en: ✓ Cercado del perímetro de una superficie de 2 hectáreas: 3.000 € ✓ Construcción de un pequeño depósito de 60 m³: 20.000 € Se considera que las tareas de preparación del suelo (arado, roturación y marcado) serán llevadas a cabo con tractores y herramientas de la agronomía de la zona. Así, no se considera necesario la adquisición de activos tales como arado de disco, rastra de disco de dientes rígidos o flexibles, etc. El precio de alquiler incluirá este costo. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 23.000 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Idealmente sería una persona capaz de vivir diariamente en el medio rural, con conocimientos sobre la agricultura y sobre las propiedades del amaranto o, al menos, con ganas de aprender información sobre este cultivo.

**BARRERAS DE
ENTRADA/SALIDA**

Barreras de entrada:

- ✓ Este negocio nuevo es originario de Sudamérica y está adquiriendo relevancia en algunos países europeos tales como Alemania o España, así como en Estados Unidos. Sin embargo, todavía no son bien conocidas las características, propiedades y los usos del amaranto por lo que será necesario un esfuerzo comercial considerable para dar a conocer tanto al producto como a la empresa.

Barreras de salida:

- ✓ Dificultad de recuperar la inversión inicial destinada a la compra del amaranto y al cercado de la finca.

ASPECTOS CLAVE

Se trata de un nuevo negocio en nuestro país que empieza a ser más y más conocido. En principio, el amaranto se adapta a cualquier clima por lo que no resultaría difícil su cultivo en la provincia de Burgos. No obstante, ha de tenerse en cuenta que apenas existen experiencias prácticas reseñables en España al respecto.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

Ley 19/1995, de 4 de julio, de Modernización de las Explotaciones Agrarias (BOE 05-07-1995).

Real Decreto 202/2000, de 11 de febrero, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos. (Vigente hasta el 20 de febrero de 2010)

Decreto 2484/1967, de 21 de Septiembre, por el que se aprueba el texto del Código Alimentario Español.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CULTIVO Y VENTA DE HONGOS COMESTIBLES
DESCRIPCIÓN	Se trata de un negocio que consiste en el cultivo de hongos comestibles para su comercialización en tiendas, mercados y restaurantes.
JUSTIFICACIÓN	Es un sector poco explotado y por ello constituye una buena oportunidad de negocio. Además, los hongos se pueden comercializar en diversas formas: frescos, disecados, molidos en polvo, en conserva, escabeche, etc., lo que concede al empresario muchas opciones de marketing. Pueden producirse todo el año y sin necesidad de recurrir a agroquímicos, puesto que no es preciso fumigarlos ni fertilizarlos.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión para unas dimensiones de invernadero de alrededor de 400 m² podría estimarse: ✓ Un sistema de riego: 2.000 € ✓ Un tanque para pasteurizar el sustrato con agua caliente: 3.000 € ✓ Sistema de control de humedad y temperatura: 3.500 € ✓ Invernadero: 6.600 € ✓ Equipamiento informático: 900 € ✓ Página web: 1.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 17.000 € Es recomendable para el empresario alquilar el local en el que se va a llevar a cabo el cultivo, siendo así un gasto del ejercicio. De la misma manera, los desechos agrícolas que se utilizarán para formar el sustrato necesario para el cultivo de los hongos figurarán como un gasto del ejercicio. También se necesitarían bolsas para envasar este sustrato después de pasteurizarlo y mezclarlo con las semillas para mejorar la siembra de los hongos y fomentar su crecimiento. A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona con ganas de emprender su propio negocio, interesada en la micología y con cierta experiencia en el comercio y/o con aptitudes comerciales.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo comercial requerido. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Resulta difícil liquidar el negocio, sobre todo a la hora de desprenderse del sistema de control de humedad y temperatura.

ASPECTOS CLAVE

Es un negocio poco explotado en España, muy desarrollado en otros lugares (Sudamérica...) y que no necesita una inversión elevada.

Además el hongo es un alimento poco calórico cada vez más demandado.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

Decreto 2484/1967, de 21 de de Septiembre, por el que se aprueba el texto del Código Alimentario Español

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	GRANJA DE CARACOLES
DESCRIPCIÓN	La helicultura deriva de los términos latinos <i>hélix</i> (tipo de caracol) y <i>cultivare</i> (cultivar). Este negocio consistiría en la cría racional en cautiverio de caracoles terrestres comestibles, con fines comerciales.
JUSTIFICACIÓN	Existen sistemas de helicultura que permiten obtener hasta 4 Kg de caracoles por cada m² útil para la fase de engorde y, teniendo en cuenta que el tiempo necesario para obtener la primera producción oscila entre los 6 - 9 meses, así como los atractivos precios a los que se cotiza el preciado molusco (entre los 7 € en temporada y los 12 € fuera de ella), hacen que la cría comercial de caracoles, cada vez más, tenga un buen futuro.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Para montar una granja destinada a la cría y comercialización de caracoles no es necesaria una inversión excesivamente alta en términos relativos. La inversión inicial aproximada, tomando como referencia una construcción ya existente de 600 m² de superficie, sería: ✓ Cubierta de las salas de nylon: 200 € ✓ Sala de reproducción de 28 m² y 48 módulos contenedores de caracoles: 335 € ✓ Sala de incubación y primera fase de cría para 30 m² con módulos contenedores e implementos: 495 € ✓ Sala de segunda fase de cría para 200 m² con 290 módulos contenedores de caracoles: 3.840 € ✓ Sala de engorde o cebo para 300 m² con 473 módulos contenedores de caracoles: 4.570 € ✓ Adquisición de caracoles alevines: 2.000 unidades serían 30 €. Los caracoles podríamos obtenerlos igualmente mediante recolección silvestre. ✓ Pienso de caracoles ✓ Elementos informáticos: 900 € ✓ Página Web: 1.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 11.370 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/nave/ oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

La persona que decida emprender este negocio debe tener unos conocimientos previos acerca de las técnicas de explotación, la manipulación de los moluscos, sus principales patologías, su alimentación más idónea, el sistema adecuado para el lugar donde lo pretenda desarrollar y los canales de venta existentes.

Igualmente, debe ser una persona dispuesta a llevar a cabo el cuidado y la revisión necesarios para la cría de los caracoles.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ En términos generales, la helicultura está todavía en fase experimental en España y necesita la solución de múltiples problemas técnicos y organizativos.
- ✓ Esfuerzo comercial inicial necesario para dar a conocer a la empresa.
- ✓ Importaciones de caracoles procedentes de África del Norte o América del Sur que suponen una competencia destacable en los mercados. La elevada producción de este molusco en dichas zonas, unido al bajo coste que representa en comparación a los precios de los caracoles criados en Europa, supone una importante barrera para las explotaciones helicícolas de nuestro país.
- ✓ Legislación específica insuficiente sobre la materia.

Barreras de salida:

- ✓ Dificil reventa o reutilización de las salas adquiridas para la cría de los moluscos.

ASPECTOS CLAVE

Se recomienda hacer una primera toma de contacto antes de comenzar la actividad en unos 100 m², con unos pocos caracoles para la reproducción, una jaula y un espacio para realizar la fase de engorde.

Los caracoles tardan en crecer aproximadamente cuatro meses y para recolectarlos se les mete en mallas en las que se les dejan secar alrededor de tres días.

La cría y engorde de caracoles es compatible con el desarrollo de otras actividades. Puede compatibilizarse con la gestión de una casa rural, el laboreo de tierras agrícolas o la cría de ganado ovino

La granja da sus frutos a partir del primer año, aunque los caracoles ya son adultos pasados cuatro meses.

Para producir un kilogramo de caracoles es preciso que antes se hayan alimentado con al menos un kilo y medio de pienso que es la base de su dieta. Se trata de un pienso especialmente elaborado con calcio, soja, maíz, cebada, vitaminas y carbonato cálcico. Los caracoles necesitan de ocho a diez horas de luz solar, humedad y ventilación. No transmiten enfermedades al hombre pero sí pueden presentar infecciones provocadas por hongos o bacterias y además deben enfrentarse frecuentemente a la babosa.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

La regulación de la cría, producción y comercialización de caracoles está sometida a las normas generales sobre sanidad animal, explotaciones ganaderas y consumo, pero no cuenta con una normativa específica.

Reglamentos CE 834/2007, CE 889/2008, que establecen el marco legal para todos los niveles de producción, distribución, control y etiquetado de productos ecológicos que pueden ser ofrecidos y adquiridos en la UE.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	HUERTA ECOLÓGICA Y CULTIVO DE FRUTOS ROJOS
DESCRIPCIÓN	La actividad de la empresa consiste en el cultivo y comercialización de: ✓ Productos agrícolas ecológicos. ✓ Frutos rojos. ✓ Productos de la tierra.
JUSTIFICACIÓN	En cuanto a la huerta ecológica, se trata de cultivar una explotación agrícola sin emplear productos químicos u organismos genéticamente modificados, basándose así en la utilización óptima de los recursos naturales. Este negocio respondería a las preocupaciones de hoy en día relativas a la calidad de los alimentos consumidos, la salud y el impacto medioambiental. En segundo lugar, los frutos rojos constituyen en la actualidad un producto muy bien posicionado en el mercado, siendo su demanda cada vez mayor. El cultivo se centraría en un principio en bayas pequeñas. Por último, el cultivo y comercialización de productos de la tierra hace referencia a todos aquellos alimentos, agrícolas o ganaderos, tradicionalmente cultivados o producidos en la zona sin emplear sustancias químicas. Potenciar la gastronomía de la zona puede ser muy ventajoso si se dan las oportunidades tanto en el mercado como en el entorno.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión de este negocio para unas dimensiones aproximadas de 400 m² podría estimarse en: ✓ Acondicionamiento de la finca y formación de zonas de cultivo: 13.000 € ✓ Toma de agua y depósito: 3.200 € ✓ Red de riego: 5.000 € ✓ Invernadero: 7.000 € ✓ Almacén, servicio-vestuario y otros bienes de equipo y maquinaria: 22.000 € ✓ Vallado perimetral: 6.000 € ✓ Mejora paisajística: 5.000 € ✓ Material vegetal necesario para el cultivo de las bayas: 2.000 € ✓ Adecuación didáctica de la explotación: 4.200 € ✓ Inversión en elementos de transporte: 20.000 € ✓ Maquinaria (motoazada): 550€ ✓ Equipos informáticos: 900 € ✓ Mobiliario: 300 € ✓ Web-tienda on-line: 2.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 91.150 €

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona con conocimientos hortícolas y con preocupaciones específicas tales como la protección del medio ambiente y la salud alimenticia. El emprendedor ha de estar dispuesto a ejercer un control diario sobre la explotación.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Se requiere una inversión inicial significativa además de un esfuerzo comercial destinado a darse a conocer y dar salida a la producción. ✓ Competencia en el sector. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Coste de liquidación de la empresa.
ASPECTOS CLAVE	Se trata de un negocio que ofrece productos cada vez más demandados en el mercado y que pueden tener una clientela fiel: los productos ecológicos y los productos de la tierra. Asimismo, la demanda de frutos rojos es creciente puesto que son alimentos considerados muy sanos y poco calóricos.
NORMATIVA DE APLICACIÓN	La producción ecológica está regulada, de forma que para comercializar los productos con esta denominación se deben cumplir determinadas normas y se debe contar con la certificación de un organismo que garantice dicho cumplimiento. A nivel europeo, es de especial interés para nuestro caso la siguiente normativa: ✓ Reglamento CEE 889/2008 de la comisión de 5 de septiembre de 2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento CEE 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control. ✓ Reglamento CEE 2092/91, del consejo de 24 de junio de 1991, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios (así como las numerosas modificaciones y ampliaciones que se han ido publicando posteriormente). ✓ Reglamento CE 1804/1999, del Consejo de 19 de julio de 1999, con el cual se completa el Reglamento CEE 2092/91.

SECTOR SECUNDARIO

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	ALQUILER DE CASAS EN LOS ÁRBOLES
DESCRIPCIÓN	Se trata de un complejo turístico de ocio formado por casas en los árboles, además de contar con comedor, parking, recepción, salón de recreo, servicios bien equipados con duchas y lavabos y piscina con jardín.
JUSTIFICACIÓN	Ofrece la posibilidad de disfrutar de unos días en plena naturaleza, dejando atrás la contaminación y el ruido de la ciudad de forma diferente y novedosa. Los clientes experimentarán la sensación de vivir en una casa situada en un árbol, contando con todas las medidas de seguridad necesarias pensando en un turismo familiar.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial consistiría en: ✓ Finca con árboles de envergadura. ✓ 4 casas en los árboles: 480.000 € ✓ 2 casitas de 40 m² y 120 m² para baños y duchas, y comedor y sala de estar respectivamente: 12.000 € y 20.000 € ✓ Acondicionamiento de las casitas: 2.000 € ✓ Piscina: 10.000 € ✓ Página web con tienda on-line: 2.000 € ✓ Equipamiento informático básico: 900 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 526.900 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina/terreno (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Tiene que ser una persona amante de la naturaleza, con aptitudes para las relaciones humanas, y conocimientos de marketing y del sector turístico para que los huéspedes que se alojen en estas casas tengan una buena impresión y se planteen repetir en un futuro.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo comercial inicial necesario para darse a conocer. ✓ Inversión inicial importante. <u>Barreras de salida:</u> ✓ La especificidad de las casas para este negocio concreto dificulta su venta a segundos (Salvo para usos similares).

ASPECTOS CLAVE

Es una idea innovadora, atractiva, con escasa competencia tanto a nivel nacional como a nivel regional y provincial.

Existencia de bosques frondosos con árboles adecuados para la puesta en marcha de la actividad descrita.

Otro aspecto clave del negocio es la notable inversión inicial que requiere.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

Ley 11/2003, de 8 abril de Prevención Ambiental de Castilla y León. (Regula los regímenes de autorización ambiental, licencia ambiental, comunicación ambiental y el procedimiento de EIA en Castilla y León) (BOCyL 14-04-2003)

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CARBÓN VEGETAL
DESCRIPCIÓN	El método utilizado para fabricar carbón vegetal es, por excelencia, la pirólisis; proceso que consiste en la combustión incompleta a 500°C de la biomasa en ausencia de aire. El carbón procedente por este método puede ser utilizado tanto a nivel domestico como a nivel industrial (en hostelería, principalmente)
JUSTIFICACIÓN	Debido a la crisis que azota al sector de la madera, una oportunidad de negocio podría ser la utilización de los excedentes para la producción de carbón vegetal. La provincia de Burgos tiene importantes reservas de pinos, encinas y chopos. El carbón vegetal de mejor calidad es el procedente de madera de pino, que se obtiene a través de su calentamiento entre 270°C y 600°C en ausencia de aire.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Para comenzar la actividad, se deberá adquirir la madera seca a los aserraderos. Una vez recibida la leña en el almacén, se debe acondicionar para su introducción en el horno. Para ello se utilizará una troceadora (4.000€ aprox.). Una vez confeccionada para su almacenamiento, se crea una barrera física (barro, ladrillo o cemento armado) que aisle la madera del exterior, para evitar que esta se incendie con el aire. Cuando la madera se encuentra en condiciones óptimas de secado, se procederá a su combustión en un horno metálico (7.500€ aprox.), obteniendo así el mencionado carbón vegetal, que a continuación se introducirá en cajones de madera para su enfriamiento y posterior envasado a través de una embolsadora (4.000€ aprox.). Se necesitaría también equipamiento informático básico y una página web (1.900€) INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 17.400 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina/nave (Rehabilitación/reforma/adquisición), el coste de la extensión del cultivo y el coste de las licencias necesarias para desarrollar la actividad.

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

Persona dispuesta a vivir en un entorno rural, puesto que la combustión de madera debe de estar controlada en todo momento.

Deberá adquirir formación sobre el tratamiento del carbón vegetal y la normativa a aplicar, así como de las medidas de seguridad que habrá de respetar, al tratarse de un combustible fácilmente inflamable.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo comercial, siendo ésta una industria poco conocida en la zona.
- ✓ Normativa rígida del sector.

Barreras de salida:

- ✓ Coste de liquidación de la empresa.
- ✓ Potencial dificultad para vender la edificación (En su caso).
- ✓ Dificultad de venta de los activos específicos; es decir, de aquellos activos que son específicos del sector, cuyo segundo uso no se puede extrapolar a otro negocio.

ASPECTOS CLAVE

Se trata de una inversión moderada, puesto que la maquinaria utilizada no requiere una fuerte inversión. Igualmente, los costes de personal no se consideran una barrera.

La mayor parte de la inversión se debe a la construcción del edificio, que podría alquilarse en un primer momento, y si todo funciona correctamente, proceder a adquirir el establecimiento.

Necesidad de conocimiento sobre tratamiento y manipulación de materiales fácilmente inflamables.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

En la actualidad existe una normativa UNE específica para el carbón vegetal, que permite determinar su calidad:
UNE-N 1860/2: Carbón y briquetas de carbón vegetal

Además, otra legislación aplicable:

- ✓ Normas ADR/TPC, para el transporte por carretera.
- ✓ Reglamento (CE) Nº 2037/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de junio de 2000, sobre las sustancias que agotan la capa de ozono.
- ✓ Reglamento (UE) No 453/2010 DE LA COMISIÓN de 20 de mayo de 2010, en lo relativo a las medidas de seguridad.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CERVEZA ARTESANAL
DESCRIPCIÓN	El negocio consiste en la elaboración de cerveza artesanal, utilizando, por lo tanto, técnicas y procesos tradicionales. En un primer momento, se producirá una pequeña cantidad para comprobar su aceptación en el mercado (cantidad no superior a 100.000 botellines al año, lo que supone producir 330.000 litros/año, cifra calculada de acuerdo con el promedio de la producción de empresas de estas características).
JUSTIFICACIÓN	España es un país que registra un alto consumo de cerveza, con una media de 84 litros por persona al año. Sin embargo, este consumo está vinculado con la cultura del “tapeo”, y no tanto como acompañante de un menú de cierto nivel. Actualmente esta concepción está cambiando. En los últimos años han aparecido en el mercado una docena de pequeñas fábricas de cerveza artesanal que luchan por hacerse un hueco entre los consumidores más exigentes. Cuando se deseaba degustar una cerveza especial, habitualmente se recurría a productos importados; sin embargo, en la actualidad, es posible consumir productos locales. Es así que este tipo de negocio no pretende competir con las grandes marcas cerveceras, sino con productos más selectos, como el vino de denominación de origen. En la actualidad, las fábricas de cerveza artesanal se encuentran mayoritariamente concentradas en Cataluña, por lo que Burgos puede resultar un buen entorno para la elaboración de esta cerveza. Por una parte, tendrá su competidor (vino) relativamente próximo, y, por otra parte, existen empresas cerveceras de gran importancia con las que podría llegar a un acuerdo en la producción, puesto que ambas se dedican a nichos de mercado diferentes.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Como hemos comentado anteriormente, la inversión en un principio será reducida, y con el paso del tiempo los elementos podrán ser sustituidos por maquinaria de mayor calidad o mayor capacidad productiva, en el caso de que así fuese requerido. Los activos necesarios iniciales serían: ✓ Molino de Malta ✓ Macerador (All grain o tipo heladerita) ✓ Hervidor ✓ Quemador (Hornalla) ✓ Termómetro ✓ Densímetro ✓ Probeta ✓ Enfriador de Mosto

- ✓ Rotate sprarging (lavador de grano)
- ✓ Fermentador
- ✓ Tapón
- ✓ Airlock
- ✓ Equipo para hacer sifón
- ✓ Balde Plástico
- ✓ Llenadora de Botellas
- ✓ Tapadora de Botellas
- ✓ Equipamiento informático básico
- ✓ Pagina web con tienda on - line

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 43.000 €.

Hay que tener en cuenta que, al tratarse de un producto de consumo humano, deberá tener las autorizaciones correspondientes para su comercialización, lo que supone un coste adicional en obtención de licencias.

Asimismo, esta actividad se realizará dentro de unas instalaciones, las cuales podrán adquirirse en régimen de alquiler, y en el futuro, podrá plantearse su adquisición.

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

**PERFIL DE EL/LA
EMPRENDEDOR/A**

El emprendedor de este negocio debe ser un conocedor del mundo de la cerveza, que desee incentivar su consumo intentando llegar a nichos de mercado concretos.

Se recomiendan conocimientos y habilidades en marketing, distribución y técnicas de ventas.

Además, deberá adquirir formación en la producción de cerveza artesana, y obtener las licencias necesarias para realizar este tipo de actividad, así como diferentes carnets, entre los cuales se encuentra el carnet de manipulador de alimentos.

Por último, deberá estar actualizado en cuestión de normativa que le sea de aplicación.

**BARRERAS DE
ENTRADA/SALIDA**

Barreras de entrada:

- ✓ Que consumidores fieles de una marca determinada, no adquieran el nuevo producto.
- ✓ Impuesto a pagar por comercializar con bebidas alcohólicas.
- ✓ Inversión media-alta.

Barreras de salida:

- ✓ Dificultad de liquidar una empresa con elementos tan específicos (cuyo segundo uso es complicado), sin incurrir en pérdidas.

ASPECTOS CLAVE

La inversión a realizar es media-alta.

Se requiere formación en la elaboración de la cerveza, además de conocimientos de la normativa vigente de aplicación a esta actividad.

Se precisa un esfuerzo comercial notable, puesto que en un principio los consumidores se mostrarán reacios a consumir un producto cuya marca no ha adquirido el reconocimiento que han logrado otras marcas (no artesanales) presentes en el mercado.

La mayoría de las cervecerías artesanales existentes en España pactan con las grandes empresas cerveceras, firmando acuerdos de producción y comercialización al respecto, bajo una serie de pautas indicadas por estas cervecerías artesanales, con el objeto de beneficiarse de economías de escala resultantes.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

- ✓ Real Decreto 53/1995, de 20 de enero del Ministerio de la Presidencia, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de la cerveza y de la malta líquida (BOE nº 34, de 9 de febrero de 1995).
- ✓ Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios (BOE nº 202, de 24 de agosto de 1999).
- ✓ Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales (BOE nº 312, de 29 de diciembre de 1992). El Real Decreto 1165/1995, de 7 de julio, establece las condiciones detalladas de aplicación de la Ley en forma de Reglamento (BOE nº 179, de 28 de julio de 1995), habiendo sido modificado por Real Decreto 112/1998, de 30 de enero (BOE nº 27, de 31 de enero de 1998), por Real Decreto 1965/1999, de 23 de diciembre (BOE nº 312, de 30 de diciembre de 1999) y por Real Decreto 1739/2003, de 19 de diciembre (BOE nº 11, de 13 de enero de 2004).
- ✓ Real Decreto 1801/2008, de 3 de noviembre (BOE nº 266/2008), sobre el embotellado.
- ✓ Ley 16/2002, de 1 de julio, de prevención y control integrados de la contaminación (BOE nº 157, de 2 de julio de 2002).
- ✓ Reglamento UE nº 178/2002, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, sobre la seguridad alimentaria.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CONSTRUCCIÓN DE CASAS DE MADERA
DESCRIPCIÓN	Construcción de una casa de madera de óptima calidad y montaje e instalación asequible. Se debe realizar una manipulación adecuada de la madera, llevando a cabo los procesos y tratamientos requerido para ello.
JUSTIFICACIÓN	En España existen diversas empresas que importan y distribuyen casas prefabricadas de estas características, pero son escasas aquellas que aprovechan los recursos madereros del territorio para construirlas. La madera es un producto natural, vivo, que permite a los usuarios vivir en constante relación con el medioambiente, además de ser un notable aislante térmico. Pese a todo esto, necesita un cierto mantenimiento, que consiste básicamente en cubrir la madera de dos capas de tratamiento antiparasitario cada cuatro años. La justificación para ubicar una empresa de estas características en un entorno como el de la provincia de Burgos, se basa en que esta zona es abundante en pinos sorianos, encinas y chopos. Sería recomendable adquirir el reconocimiento IBER, que supone un sello de garantía como empresa de la construcción sostenible, avalado por el Código de buenas prácticas del IBER.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	✓ Para comenzar la actividad, se requiere la disposición de un establecimiento; al cual se le dará el uso de almacén, guardando en él todos los materiales necesarios para efectuar la construcción de casas de madera. Este, podría ser alquilado, lo que supondría un coste del ejercicio y no formaría parte de la inversión inicial. ✓ La maquinaria y útiles necesarios para una empresa constructora de este tipo de casas (hormigonera, taladros, llana, paleta...) requiere una inversión aproximada de 10.000€. ✓ Licencias y autorizaciones: 3.000€ aproximadamente. ✓ Equipamiento informático básico y página web: 1.900 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 14.900 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

**PERFIL DE EL/LA
EMPRENDEDOR/A**

Persona con conocimiento del sector y habilidades para las relaciones públicas y la gestión.

Tanto el emprendedor como los trabajadores deberán adquirir conocimientos sobre el tratamiento de la madera y su mantenimiento.

**BARRERAS DE
ENTRADA/SALIDA**Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo en marketing con intención de promocionar la construcción de casas de madera, recurriendo a sus ventajas (aislamiento, salud, resistencia...).
- ✓ Competencia de las empresas de casa prefabricadas, las cuales se dedican a comprarlas y distribuir las. Para ello, se deberá obtener un precio competitivo, lo que supone que los costes de construcción han de ser minimizados.

Barreras de salida:

- ✓ Costes derivados de la liquidación de la empresa.

ASPECTOS CLAVE

Se trata de una inversión moderada, puesto que la maquinaria utilizada no requiere una fuerte inversión, no estimándose, además, dificultades relacionadas con la mano de obra/personal.

La actual crisis, ha atacado de manera especial al sector de la construcción; por lo tanto habrán de promocionarse y potenciarse los aspectos relativos a los beneficios que este tipo construcción aporta a la salud, sus características (Resistencia, aislamiento...) o su respeto al medio ambiente. Es decir, intentar cambiar la percepción de la construcción adquirida por los clientes potenciales.

Potencial actividad complementaria al sector tradicional maderero.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

- ✓ El marcado "CE" es obligatorio en España desde el 28 de Febrero de 2005 para las casas de troncos y desde el 24 de Mayo de 2004 para las casas de entramado ligero.
(Directiva Europea de Productos de La Construcción, 89/106/CEE de 21/12/1988 y 93/68/CEE de 22 de Julio de 1993. Real Decreto 1630/1992 de 24 de Diciembre y RD. 1328/1995 de 28 de Julio.)
- ✓ Texto refundido con modificaciones del RD 1371/2007, de 19 de octubre, y corrección de errores del BOE de 25 de enero de 2008
- ✓ CTE (código técnico de la edificación)
- ✓ Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

DESHIDRATACIÓN DE HORTALIZAS

DESCRIPCIÓN

La deshidratación de alimentos es un método de conservación, que consiste en reducir al menos un 13% su contenido de agua, consiguiendo así, la estabilidad microbiológica, además de reduciendo notablemente el peso y volumen de los productos, lo que facilita su transporte, manipulación y almacenamiento.

La liofilización se trata de una técnica de deshidratación mediante la sublimación al vacío.

JUSTIFICACIÓN

Los alimentos de origen vegetal tienen un corto tiempo de vida debido al alto porcentaje de humedad contenida. Una de las alternativas para su conservación es la deshidratación de aquellos alimentos vegetales que se encuentren en un buen estado alimenticio pero que por cualquier motivo (tamaño, desigualdades o deformaciones superficiales, exceso de producción, etc.), no se comercializan como producto fresco. La deshidratación de estos alimentos aumenta su periodo de vida, conservándose los nutrientes y aromas que contienen antes de su proceso de secado.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

Una vez recibidos los productos en el almacén (este debe estar acondicionado con suelo, paredes y techos fácilmente lavables), se procederá a su lavado a través de una lavadora de hortalizas (30.000 € aprox.); en segundo lugar se procede a agujerear la piel del producto para que sea más permeable y se someterá, el producto, a temperaturas entre -20 y -40°C en un túnel de congelación (inversión necesaria 20.000€ aprox.)

En una tercera fase se procederá a la desecación, la cual tiene dos partes, la primera será a través de sublimación aplicando calor directo al producto (en una cinta transportadora, a través de un sistema de flujos de aire caliente), en la segunda etapa se procede a la desecación, eliminándose así las sustancias desprendidas del producto, especialmente agua (a través de un sistema de aspiración). La inversión necesaria en la fase de secado puede variar entre 18000€ y 70000€ aproximadamente.

Una vez pasadas las fases anteriores, la humedad de los productos deberá ser inferior al 2%.

Llegando a este punto del procesamiento, solo quedaría embolsar nuestro producto terminado, mediante una embolsadora (precio aproximado 6.000€).

Se habrá de contar también con el equipamiento informático necesario y una página web con tienda on-line (4.000 €)

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 114.000 €

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

Persona con experiencia en el tratamiento de las hortalizas y su sistema de deshidratación.

Además, conocedora de las medidas de higiene óptimas, habida cuenta de que se trata de productos que se ingerirán posteriormente por otras personas.

Tendrá que obtener los permisos necesarios en cuanto a manipulación de alimentos.

Deberá controlar las plagas de microorganismos que puedan reproducirse en los diferentes alimentos y tener una técnica para acabar con ellos.

Conocimientos en marketing y distribución comercial serían también habilidades de alto valor añadido.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo comercial para concienciar a los posibles consumidores de que los productos deshidratados siguen conservando todas sus propiedades, aunque visualmente no sean igual de atractivos que los productos frescos.
- ✓ Normativa rígida en cuanto a la higiene del establecimiento.
- ✓ Inversión inicial importante.
- ✓ Acceso al canal de distribución para hacer llegar el producto al cliente, teniendo en cuenta que se debe respetar la cadena de frío. Esta barrera se puede evitar comercializando el producto en el mismo establecimiento donde se elabora.

Barreras de salida:

- ✓ Coste de liquidación de la empresa.
- ✓ Posibles dificultades para vender la edificación.
- ✓ Activos específicos del deshidratado y lavado de las hortalizas, cuyos segundos usos no son de aplicación en otro sector.

ASPECTOS CLAVE

Esta oportunidad de negocio requiere una inversión notable, pues son necesarias maquinarias muy complejas. Sin embargo, dicha inversión supone un ahorro en mano de obra puesto que al estar altamente mecanizado el proceso de elaboración se necesita un personal muy reducido dedicado únicamente a supervisarlo.

Localización física adecuada de la empresa, tanto para adquirir los productos como para venderlos como aspecto fundamental. En este sector lo que más eleva el precio del producto son los costes de transporte. Posibilidades de distribución on-line.

Otro aspecto a tener en cuenta es la higiene, que debe ser impecable y los materiales con los que se construye el establecimiento deben poderse lavar de forma frecuente y fácil.

Se recomienda llegar a acuerdos comerciales con agricultores y horticultores de la zona con el objetivo de aprovechar sinergias.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Puesto que se trata de productos elaborados en Europa deberá cumplirse todas las normativas de seguridad y calidad de la CE.

- ✓ Real Decreto 202/2000, de 11 de febrero, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos
- ✓ Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo de 2000, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios
- ✓ Real Decreto 90/2001, de 2 de febrero, por el que se establecen los métodos de toma de muestras y de análisis para el control oficial del contenido máximo de aflatoxinas en cacahuetes, frutos de cáscara, frutos desecados, cereales, leche y los productos derivados de su transformación
- ✓ Real Decreto 117/2001, de 9 de febrero, por el que se establece la normativa básica de fomento de las inversiones para la mejora de las condiciones de transformación y comercialización de los productos agrarios, silvícola y de la alimentación
- ✓ Real Decreto 348/2001, de 4 de abril, por el que se regula la elaboración, comercialización e importación de productos alimenticios e ingredientes alimentarios tratados con radiaciones ionizantes
- ✓ Ley 11/2001, de 5 de julio, por la que se crea la Agencia Española de Seguridad Alimentaria
- ✓ Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria. DOCE L 31, 1-2-2002
- ✓ Orden APA/2216/2002, de 11 de septiembre, por la que se establecen los requisitos necesarios para el reconocimiento de determinadas Asociaciones de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas
- ✓ Real Decreto 998/2002, de 27 de septiembre, por el que se establecen normas internas de aplicación de los reglamentos comunitarios sobre certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios. (BOE núm. 245, de 12 de octubre de 2002)
- ✓ Reglamento (CE) nº 1304/2003 de la Comisión, de 11 de julio de 2003, relativo al procedimiento aplicado por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria a las solicitudes de dictámenes científicos que se le presentan Observaciones: Corrección de errores en DO L 186, 25-7-2003. DOCE L 185, 24-7-2003
- ✓ Reglamento (CE) Nº 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de abril de 2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios. DOCE L 139, 30-4-2004
- ✓ INSTRUMENTO de Ratificación del Tratado Internacional sobre los recursos fitogenéticos para la alimentación y la agricultura, hecho en Roma el 3 de noviembre de 2001 (BOE de 5 de mayo de 2004)
- ✓ Reglamento (CE) nº 2230/2004 de la Comisión, de 23 de diciembre de 2004, por el que se establecen las normas de desarrollo del Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento

Europeo y del Consejo con respecto a la interconexión de las organizaciones que actúan en los ámbitos comprendidos en el cometido de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria. DOCE L 379, 24-12-2004

- ✓ Orden APA/1676/2005, de 31 de mayo, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones destinadas a la constitución y a la consolidación de entidades certificadoras de productos agrarios y alimenticios (BOE de 7 de junio)
- ✓ Reglamento (CE) nº 401/2006 de la Comisión, de 23 de febrero de 2006, por el que se establecen los métodos de muestreo y de análisis para el control oficial del contenido de micotoxinas en los productos alimenticios. DOCE L 70, 9-3-2006
- ✓ Reglamento (CE) nº 509/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre las especialidades tradicionales garantizadas de los productos agrícolas y alimenticios. DOCE L 93, 31-3-2006
- ✓ Orden SCO/3270/2006, de 13 de octubre, por la que se desarrolla el Real Decreto 2210/1995, de 28 de diciembre, por el que se crea la Red Nacional de Vigilancia Epidemiológica, en relación con las salmonelosis de transmisión alimentaria (BOE de 25)
- ✓ Orden ITC/3701/2006, de 22 de noviembre, por la que se regula el control metrológico del Estado de los registradores de temperatura y termómetros para el transporte, almacenamiento, distribución y control de productos a temperatura controlada (BOE de 6 de diciembre)
- ✓ Reglamento (CE) nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos. Corrección de errores en DO L 12, 18-1-2007 .DOCE L 404, 30-12-2006 (Corrección de errores en DO L 12, 8-1-2007)
- ✓ Reglamento (CE) nº 1216/2007 de la Comisión, de 18 de octubre de 2007, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 509/2006 del Consejo sobre las especialidades tradicionales garantizadas de los productos agrícolas y alimenticios. DOCE L 275, 19-10-2007
- ✓ Reglamento (CE) nº 1337/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008 , por el que se establece un mecanismo de respuesta rápida frente a la fuerte subida de los precios de los productos alimenticios en los países en desarrollo. DO L 354 de 31.12.2008 (© Comunidades Europeas, <http://eur-lex.europa.eu/>)

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

FABRICACIÓN AGUARDIENTE

DESCRIPCIÓN

El aguardiente, normalmente, se produce de forma tradicional, cuidando los antiguos procesos de elaboración y la calidad del producto.

Ésta deriva de la fermentación del jugo de las uvas especiales para el vino destilado en alambiques de cobre.

El proceso comienza con el acopio de las uvas cuidadosamente seleccionadas, que serán descargadas en el lugar más alto de la bodega, en forma de cuba; de este modo, se conseguirá que se presen por sí solas; para proceder, a continuación, al “pisado de la uva”.

Una vez obtenido el jugo, se deja macerar unas 24 horas; a continuación se lleva hasta las cubas de fermentación mediante un sistema de canaletas; una vez allí, se añade la cáscara del fruto, la cual actúa como levadura natural. Se deja actuar durante siete días, controlando que la fermentación no se apague, ni que alcance altas temperaturas.

El proceso de fermentación se realizará a través de un alambique de cobre.

JUSTIFICACIÓN

Esta oportunidad de negocio queda justificada por el gran reconocimiento de los vinos existentes en la zona. Por ello, la explotación de vides en este territorio podrá destinarse a un uso más, la elaboración de aguardiente con la misma uva a partir de la cual se produce vino. El método de elaboración es similar, variando los tiempos de fermentación y cantidades.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

Para comenzar este negocio se necesitaría una extensión donde cultivar vides, o comprar la uva ya recogida, lo que supone un aumento del coste. Ahora bien, esto supone eliminar la etapa del proceso donde más mano de obra se requiere.

Una vez llega la uva al almacén, esta debe ser prensada; de forma artesanal; se trata de la llamada “pisa de la uva”, pero en la actualidad adquiere un aspecto más mecanizado a través de prensas hidráulicas cuyo coste aproximado es de 2.000 € para una capacidad de 210 l.

De la prensa, el jugo obtenido pasa por unas canaletas de cobre cuyo coste es reducido, hasta llegar al alambique de cobre (precio aproximado para 200 l. ascendería a 1.800 €).

Pasado el proceso de fermentación, el jugo obtenido deberá embotellarse. El precio de la embotelladora dependerá del número de botellas que se produzcan. Una de tamaño medio costaría 1.700 €. A estas cantidades hemos de añadir el equipamiento informático y la página web (2.000 €)

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 7.500 €

	A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina/nave (Rehabilitación/reforma/adquisición), el coste de la extensión del cultivo y el coste de las licencias necesarias para desarrollar la actividad.
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor de este tipo de negocios, ha de ser una persona decidida y con conocimientos sobre la elaboración y conservación del aguardiente y, en su caso, el vino. También, ha de ser organizado y profesional puesto que el proceso requiere un gran esfuerzo personal, tanto en la recogida de la uva como en el control constante en el momento de la fermentación.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo publicitario para lograr una promoción adecuada del producto, que no tiene mucha relevancia en la actualidad (Aguardiente de la provincia de Burgos). ✓ Necesidad de conocimientos técnicos específicos. <u>Barreras de salida:</u> ✓ La actividad enológica puede adquirir un carácter generacional; es decir, puede ser un negocio que pase de padres a hijos, lo que dificulta en ocasiones la salida del sector debido a presiones psicológicas.
ASPECTOS CLAVE	La inversión media inicial es baja, en el caso de disponer de una bodega apropiada y de un terreno donde cultivar las vides. Necesidad de “darse a conocer”, puesto que el aguardiente de Burgos no tiene reconocimiento y debe de hacerse un hueco entre los aguardientes de mayor prestigio de España. Una posible manera de promoción sería potenciar su aspecto más tradicional. Esta oportunidad de negocio, puede ser desarrollada por las empresas que se dedican en la actualidad a la elaboración y venta de vinos, como una actividad complementaria. También, por nuevos emprendedores que decidan dedicarse a esta actividad en exclusividad.
NORMATIVA DE APLICACIÓN	La normativa a aplicar es muy extensa en España, puesto que es una actividad regulada para aquellos que la ejercen dentro de la ley, y peligrosa para los que actúan al margen de la ley, estos últimos podría verse implicados judicialmente. Esta normativa es, generalmente, de carácter Estatal, y la podemos encontrar en las siguientes leyes: LEY 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino. REAL DECRETO 1908/1984, de 26 de septiembre, por el que se modifican algunos de los artículos y epígrafes de determinadas Reglamentaciones para la elaboración, circulación y comercio de bebidas derivadas de alcoholes naturales.

REAL DECRETO 1416/1982, de 28 de mayo, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de aguardientes compuestos, licores, aperitivos sin vino base y otras bebidas derivadas de alcoholes naturales.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	FABRICACIÓN DE PELLETS
DESCRIPCIÓN	Los pellets son cilindros granulados y compactados, elaborados a partir de restos forestales naturales y de subproductos provenientes del procesamiento mecánico de la madera, como serrín, virutas y astillas. Se propone como actividad empresarial la fabricación de pellets y su comercialización.
JUSTIFICACIÓN	Se propone esta actividad empresarial por los siguientes factores: ✓ El sector industrial es relativamente sólido ✓ Disponibilidad de suelo industrial para nuevas implantaciones ✓ Existencia de polígonos industriales ✓ Según la encuesta realizada por DGE Bruxelles en la fase de trabajo de campo, destaca la apuesta por una industria que cuide el medioambiente ✓ La superficie destinada a cultivos lenosos y especies forestales, fuentes principales para la fabricación de pellets, es de 38.193 has.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión en este negocio es muy elevada. Hay que tener en cuenta diversos aspectos: obra civil, maquinaria y utillaje, vehículos para transporte, equipamiento informático, mobiliario y equipamiento de oficina y stock inicial de materias primas. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 1.297.242 €
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor de este negocio debe tener conocimientos técnicos básicos en materia de gestión de residuos y de comercialización de productos de consumo.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Elevada inversión ✓ Desconocimiento de los clientes potenciales acerca de los beneficios que puede reportarles este tipo de energía, tanto a ellos como al medio ambiente ✓ Amenaza que puede suponer la competencia del hueso aceituna molido y la cascara de almendra como productos de biomasa sustitutivos <u>Barreras de salida:</u> ✓ Dificultad de recuperar la inversión inicial
ASPECTOS CLAVE	El nicho de mercado es amplio, ya que el uso de los pellets es tanto industrial (todo tipo de industrias que demanden la generación de energía térmica) como doméstico.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Estatal

- ✓ Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.
BOE No 205, de 25.08.09
- ✓ ORDEN HAC/1605/2011, de 29 de diciembre, por la que se desarrolla la gestión del procedimiento de evaluación y acreditación de competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral en Castilla y León, así como la estructura organizativa responsable.
BOCYL No 250, de 30.12.11

Comunidad autónoma

- ✓ Decreto 2/2011, de 20 de enero, por el que se aprueba el Plan Regional de Ámbito Sectorial de la Bioenergía de Castilla y León.
BOCYL No 17, de 26.01.11

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	GRANJA DE PRODUCCIÓN DE HUEVOS ECOLÓGICOS
DESCRIPCIÓN	Se trata de crear una granja enfocada a la producción y comercialización de huevos ecológicos, es decir, consiste en la producción de huevos sin emplear ninguna sustancia química ni de origen artificial, y los animales se deben encontrar libres en campos sobre los que no se hayan encontrado abonos químicos ni plaguicidas.
JUSTIFICACIÓN	Consiste en un negocio con escasa competencia en las provincias limítrofes con Burgos, además de responder a las preocupaciones que se presentan hoy en día en cuanto a la calidad de los productos obtenidos, el bienestar de los animales de la granja y el impacto medioambiental.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión para 4 gallineros con una capacidad de 800 gallinas y 40 gallos cada uno, siendo las gallinas de raza híbrida y utilizando pienso ecológico sería aproximadamente: ✓ Cercado de parques: 23.000 € ✓ Edificios: 57.000 € ✓ Equipamientos gallineros: 56.000 € ✓ Equipamiento clasificación y distribución: 19.000 € ✓ Licencias y proyectos: 3.500 € ✓ Compra de gallinas: 11.000 € ✓ Equipamiento informático: 900 € ✓ Página Web con tienda on-line: 2.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 172.400 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas a los terrenos/nave/ oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición). Se aconseja, al menos en la fase inicial del proyecto, llegar a acuerdos comerciales con empresas logísticas para la distribución de los pedidos.
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona con ganas de montar su propio negocio en una zona rural, con ciertos conocimientos sobre la cría de gallinas y tratamiento de los huevos. Dispuesta a tener un control diario sobre el negocio ya que al estar relacionado con animales no existen días festivos.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Pese a la poca competencia directa que presenta el negocio, hay que tener en cuenta a toda la competencia indirecta y a la dificultad de tener que potenciar la diferenciación entre los huevos ecológicos frente los huevos estándar. ✓ Inversión inicial significativa. <u>Barreras de salida:</u> ✓ El negocio supone una gran inversión y los activos específicos que se necesitan para el funcionamiento de la granja no son servibles para otro negocio. ✓ Si la empresa vende el producto a comercios y tiene contratos con éstos, deberá cumplirlos para no sufrir penalizaciones.

ASPECTOS CLAVE

Requiere de una gran inversión inicial sobre todo si no se dispone del terreno y la edificación de la granja para llevar a cabo el negocio.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Legislación Proyecto Granja Avícola Ecológica
Normativa específica a ganadería ecológica.

La producción ecológica está regulada, de forma que para comercializar los productos con esta denominación se deben cumplir determinadas normas y se debe contar con la certificación de un organismo que garantice dicho cumplimiento.

A nivel internacional:

Existen las normas de IFOAM, las cuales contienen, principalmente, recomendaciones para la elaboración de otros reglamentos.

A nivel de la Unión Europea:

Son de especial interés para nuestro caso:

- ✓ Reglamento CEE 889/2008 de la comisión de 5 de septiembre de 2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento CEE 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control.
- ✓ Reglamento CEE 2092/91, del consejo de 24 de junio de 1991, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios (así como las numerosas modificaciones y ampliaciones que se han ido publicando posteriormente).
- ✓ Reglamento CE 1804/1999, del Consejo de 19 de julio de 1999, con el cual se completa el Reglamento CEE 2092/91.

Estos reglamentos regulan aspectos como la conversión de las granjas y los animales, el origen de los animales, la alimentación, la profilaxis y los cuidados veterinarios, los métodos de gestión zootécnica, el transporte, la identificación de los animales y sus productos, la gestión del estiércol y las características que deben reunir los alojamientos, corrales y zonas al aire libre para el ganado.

Para poder producir huevos ecológicos, la granja tiene que estar inscrita en el Consejo Regulador de Agricultura Ecológica (CRAE) y cumplir los requisitos estrictos que se encuentran en estos reglamentos en cuanto a bienestar de los animales, la calidad de la alimentación o el impacto ambiental de los residuos...

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	HUMUS DE LOMBRIZ
DESCRIPCIÓN	Por medio de la alimentación de lombrices con residuos orgánicos, se consigue un excremento que se trata de un abono de muy buena calidad, llamado humus de lombriz o lombricompuesto.
JUSTIFICACIÓN	El mercado de la lombricultura está creciendo de forma exponencial, sobre todo debido al incremento de la agricultura orgánica y la necesidad de extender las fronteras agrícolas a tierras semi-desérticas. Dicho abono es de tal calidad que podría comercializarse a viveros, hipermercados, consumidores finales, campos de golf, forestaciones, agricultura, cultivos orgánicos, cultivos bajo cubierta y cultivos hidropónicos.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial se centraría en la adquisición de: ✓ Un terreno no menor de una hectárea, cercado y con agua de red o de pozo, y además en una zona accesible para que los camiones puedan retirar el humus. ✓ Árboles y calles: Estimando un total de 750 árboles a 20 € cada uno: 15.000 €. ✓ Máquinas y herramientas: Picadora para moler la materia prima, desterronadora para desmenuzar el humus en bruto, selladora de bolsas de polietileno, 2 carretillas, 2 rastrillos, 2 horquillas, 2 palas anchas y una manguera: 1.200 €. ✓ Lombrices: la adquisición de 100.000 supondría unos 3.500 € ✓ Transporte de estiércol proveniente de tambos, mataderos, criaderos de cerdos, granjas avícolas, desechos vegetales... más el coste de la adquisición de la furgoneta: 20.000 €. ✓ Equipamiento informático básico y página web: 1.900 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 41.600 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al /almacén/oficina/terreno (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona con ganas de montar un negocio, que le gusten los animales y en concreto que no le desagraden las lombrices, puesto que se requieren toda una serie de cuidados especiales.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Inversión inicial notable. ✓ Relativo esfuerzo comercial inicial para darse a conocer. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Resulta difícil desprenderse de las lombrices y de la maquinaria y herramientas adquiridas sin incurrir en pérdidas.

ASPECTOS CLAVE

Se trata de un negocio innovador, poco desarrollado en España y por lo tanto con escasa competencia directa. No obstante, la existencia de una amplia gama de abonos (Productos sustitutivos) en el mercado sí que obligaría a una necesaria diferenciación del humus de lombriz frente a otros fertilizantes comercializados.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Para la puesta en marcha de una explotación lombrícola se requiere autorización administrativa por parte del órgano competente de su Comunidad Autónoma. Para ello deberá obtener los correspondientes permisos medioambientales, licencia de actividad y autorización.

- ✓ Real Decreto 1769/2007, de 28 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 824/2005, de 8 de julio, sobre productos fertilizantes.
- ✓ Orden PRE/630/2011, de 23 de marzo, por la que se modifican los Anexos I, II, III, IV, V y VI del Real Decreto 824/2005, de 8 de julio, sobre productos fertilizantes.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	INVERNADERO DE FLOR
DESCRIPCIÓN	Se propone como actividad empresarial el cultivo de flores bajo plástico y su comercialización mediante la aplicación de procesos y tecnología de última generación.
JUSTIFICACIÓN	Algunos factores característicos del territorio ADECO BUREBA hacen pensar que este negocio tiene la posibilidad de implantarse. Algunos de ellos son: ✓ Es una actividad nueva en la zona ✓ Perfectamente compatible con la actividad agrícola y tiene las condiciones adecuadas para su realización ✓ No necesita gran cantidad de recurso suelo ✓ Puede compatibilizarse con otras actividades a tiempo parcial ✓ La comercialización es buena a través de floristerías y tanatorios, ya que cuanto menor sea la distancia del productor al consumidor mejores son las características de la flor ✓ Las variedades a cultivar son flexibles, solo determinadas por las condiciones agroclimáticas, que se pueden adaptar en gran medida con invernaderos, sustratos de cultivo y calefacción ✓ Destaca la apuesta por actividades que cuiden el medioambiente
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	En cuanto a la inversión hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: ✓ Parcela (8000 m2): 8.000 € ✓ Invernadero (ULMA): 22.000 € ✓ Umbráculo (ULMA): 10.000 € ✓ Sistema de riego (cabezal+depósitos): 15.000 € ✓ Almacén+oficina: 9.000 € ✓ Cámara: 2.500 € ✓ Enmacetadora: 4.500 € ✓ Mezcladora: 300 € ✓ Herramienta: 1.000 € ✓ Mobiliario trabajo: 1.200 € ✓ Estufas pellets y leña + ventilación: 8.000 € ✓ Vehículo para transporte: 8.500 € ✓ Equipamiento informático: 950 € ✓ Mobiliario y equipamiento de oficina: 200 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 91.150€
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor de este negocio debe ser una persona que tenga conocimiento adecuado de las labores y una habilidad para el tratamiento de la planta.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Alta inversión inicial ✓ Falta de conocimientos de cultivo ✓ Competencia a nivel nacional ✓ Bajo número de puntos de venta en el entorno

Barreras de salida:

- ✓ Recuperación de la inversión inicial

ASPECTOS CLAVE

Cuando se controle el manejo se puede plantear como alternativa de diversificación la producción en invernadero y a cielo abierto de productos de huerta ecológicos, con gran demanda en el mercado.

Pertenecer a asociaciones profesionales y a la Cámara de Comercio del territorio donde se localiza el negocio puede ser una vía para estar en contacto con otros empresarios y acceder a información relevante sobre el sector.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Estatal

- ✓ *Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio*, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral BOE Nº 205, de 25.08.09
- ✓ *ORDEN HAC/1605/2011, de 29 de diciembre*, por la que se desarrolla la gestión del procedimiento de evaluación y acreditación de competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral en Castilla y León, así como la estructura organizativa responsable BOCYL Nº 250, de 30.12.11

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	LECHE DE AVENA
DESCRIPCIÓN	La leche de avena es una leche “vegetal” compuesta por avena integral, agua, aceite de girasol sin refinar y sal marina. Sus usos son los mismos que los de la leche de vaca pero con las ventajas añadidas de que es rica en fibras, en vitamina B, tiene una gran cantidad de aminoácidos esenciales y es idónea para las dietas. Además, la avena es un cereal que produce menos alergias que el trigo o que la cebada, lo que incrementa las posibilidades de atraer un mayor número de consumidores.
JUSTIFICACIÓN	La leche de avena, actualmente, es conocida mayoritariamente por aquellas personas que consumen productos ecológicos. Esto ofrece muchas oportunidades de poder ampliar el mercado, centrando la publicidad sobre todo en las grandes ventajas que puede proporcionar frente a otros tipos de leche (tanto de vaca como de otros productos naturales como la soja). Debido a las características de la provincia, la avena es un cereal que puede producirse con facilidad, y su transformación en leche no es complicado.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Para realizar esta actividad se necesitaría: ✓ Un terreno en el que cultivar la avena. ✓ Un sistema de recogida y manipulación de avena. ✓ Un método de envasado del producto terminado. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 100.000 € Esta inversión variará en función de que el emprendedor quiera llevar a cabo todo el proceso de fabricación y distribución o decida especializarse únicamente en una función (por ejemplo en la manipulación de la avena para su transformación en leche). Igualmente la titularidad del terreno así como la de los locales donde realizar la actividad condicionará sensiblemente el volumen de inversión inicial, en función de si se trata de alquileres, propiedad o compra. En este sentido se recomienda igualmente llegar a acuerdos comerciales con agricultores. A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor ha de conocer las ventajas de la avena y ha de buscar la manera de hacerla atractiva para los clientes, de tal forma que estos encuentren ventajas añadidas en el consumo de leche de avena frente al de leche de vaca, u otros productos sustitutivos.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Sector competitivo, sobre todo por los productos sustitutivos (la leche de vaca).
- ✓ Esfuerzo inversor en publicidad para diferenciarse y crear una imagen de marca.

Barreras de salida:

- ✓ Inversión en activos intangibles (publicidad sobre todo), que son de difícil recuperación si no se han obtenido rendimientos con la actividad ordinaria.
- ✓ Difícil segundo uso de los activos destinados a la transformación de avena en leche.

ASPECTOS CLAVE

Este sector es muy atractivo, ideal para atraer a nuevos emprendedores.

El cliente cada vez demanda más productos ecológicos, sin aditivos artificiales, con lo que la leche de avena podría cumplir esas expectativas.

Una de las claves radica en la conveniencia de potenciar todos los factores positivos que puede aportar la leche de avena, incluyendo que es ideal tanto para dietas como para consumo diario.

Es importante analizar adecuadamente el negocio, haciendo un correcto análisis financiero en función de los recursos disponibles y los necesarios, para determinar si es más conveniente dedicarse a todo el proceso de producción y distribución o especializarse únicamente en una función (especialmente en la producción de leche de avena).

NORMATIVA DE APLICACIÓN

- ✓ Reglamento (CE) 178/2002 del parlamento Europeo y del Consejo de 28 de enero de 2002, sobre principios y requisitos generales de la legislación alimentaria.
- ✓ Real Decreto 1728/2007, de 6 de febrero, que establece la normativa básica de control de calidad que deben cumplir los operadores del sector lácteo.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	LECHE DE YEGUA
DESCRIPCIÓN	La leche de yegua es un alimento natural tradicional cuyo uso se ha ido perdiendo con el tiempo. El consumo de leche de yegua fortalece los huesos y ayuda a regenerar la piel desde dentro, acelerando el proceso regenerativo de la misma. Además, esta leche se utiliza en la elaboración de multitud de productos cosméticos.
JUSTIFICACIÓN	La leche de yegua tiene unas especiales características muy beneficiosas y muchas aplicaciones, lo que podría facilitar su comercialización. Alguno de estos usos son: ✓ Fortalece el sistema inmunitario, de manera preventiva o curativa. Al contener inmunoglobulina A y lisozima es ideal para fortalecer el crecimiento de los niños. ✓ Ayuda a curar problemas dermatológicos (psoriasis, eczemas y manchas en la piel), gracias a las vitaminas del grupo B que contiene. ✓ Regenera la flora intestinal gracias al denominado "<i>Bacterium Bifidum</i>" y los Omegas 3 y 6, por lo que es muy positivo su consumo en caso de afecciones del aparato digestivo e intestinal. ✓ Refuerza el sistema óseo, al contener calcio, fósforo y vitaminas C y D. ✓ Ayuda a bajar el colesterol al contener Omega 3 y 6. ✓ Proporciona energía a lo largo del día, gracias a los hidratos de carbono de Calostro que contiene, siendo ideal para deportistas.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial consistiría en: ✓ Adquisición de yeguas. ✓ Establo. ✓ Sistema de ordeño. ✓ Alimentación para las yeguas. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 40.000 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	La persona al frente de este negocio ha de ser emprendedora, capaz de asumir el riesgo que supone esta idea tan novedosa, y con conocimientos acerca del cuidado y la cría de caballos.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Importante inversión inicial. ✓ Esfuerzo comercial notable para dar a conocer los beneficios de la leche de yegua y para crear una imagen de marca.

Barreras de salida:

- ✓ Dificultad de venta de activos específicos; aquellos activos que son específicos del sector cuyo segundo uso no se puede extrapolar a otro negocio.

ASPECTOS CLAVE

La leche de yegua no sustituye a ningún otro alimento, es un complemento alimenticio que fortalece y mejora nuestra salud.

La leche de yegua es la leche animal más parecida a la leche materna humana, con la misma proporción de hidratos de carbono, minerales y microelementos. Sin embargo, cuenta con mayores cantidades de proteínas, hierro y vitamina C y una proporción más baja de grasas.

La Comunidad Científica considera a la leche de yegua como un remedio natural con múltiples propiedades nutricionales y cosméticas, hecho que la convierte en un complemento ideal para nuestra alimentación diaria.

El potenciar todos estos importantes beneficios del producto fomentará su consumo.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

NIVEL EUROPEO

Reglamentos CE 834/2007 y CE 889/2008 que establecen el marco legal para todos los niveles de producción, distribución, control y etiquetado de productos ecológicos que pueden ser ofrecidos y adquiridos en la UE.

NIVEL NACIONAL

- ✓ Real Decreto 1338/2011, de 3 de octubre, por el que se establecen distintas medidas singulares de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios.
- ✓ Real Decreto 405/2010, de 31 de marzo, por el que se regula el uso del logotipo "Letra Q" en el etiquetado de la leche y los productos lácteos. (B.O.E. 01.04.2010)
- ✓ Real Decreto 640/2006, de 26 de mayo, que regula determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene, de la producción y comercialización de los productos alimenticios.
- ✓ Real Decreto 217/2004, de 6 de febrero, por el que se regulan la identificación y registro de los agentes, establecimientos y contenedores que intervienen en el sector lácteo, y el registro de los movimientos de la leche. (B.O.E. 19.02.2004) modificado por Real Decreto 1728/2007, de 21 de diciembre.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	MADERA ESTRUCTURAL
DESCRIPCIÓN	La madera es un material natural, de gran resistencia y poco peso, que puede tener además múltiples aplicaciones mecánicas. La oportunidad de negocio consistiría en crear una empresa que se dedicase a la realización de estructuras de madera para la construcción.
JUSTIFICACIÓN	La madera siempre ha sido un bien abundante en nuestra región, pero su uso principalmente ha sido dedicado a la carpintería para muebles, exportación o como combustible en las regiones rurales. La madera estructural se usa poco y en la mayoría de los casos se hace de forma ineficiente. Este negocio podría suponer una solución para los aserraderos de la región, limitados actualmente a cortar la madera y prepararla, de manera que ofreciesen un producto más elaborado como son las estructuras de madera, favoreciendo así las construcciones de este tipo. Las estructuras se elaborarían en madera de pino Soria (predominante en la zona), exceptuando la madera laminada o los revestimientos externos, que son más costosos en este tipo de madera, lo que no resultaría competitivo.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial para el negocio es considerable debido a que se requiere maquinaria especializada y podría estimarse en: ✓ Ensambladora de madera: 2.000 € ✓ Chapeadota: 35.000 € ✓ Cortadora láser: 8.000 € ✓ Lijadora-calibradora automática: 18.000 € ✓ Escuadradota: 7.000 € ✓ Aspirador polvo de maquinaria: 2.000 € ✓ Planeadora regruesadora: 1.500 € ✓ Torno industrial: 10.000 € ✓ Fresadora: 6.000 € ✓ Útiles: 10.000 € ✓ Vehículo de transporte: 40.000 € ✓ Elementos informáticos: 900 € ✓ Página Web: 1.000 € Debemos tener en cuenta que habitualmente esta maquinaria podría adquirirse en mercados de segunda mano donde los precios serían más reducidos. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 141.400 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

El emprendedor ha de ser una persona decidida y con las ideas claras, puesto que en la primera fase de la empresa el número de trabajadores será escaso y las primeras decisiones serán de gran importancia.

Por último, el emprendedor y los trabajadores deberán adquirir conocimientos sobre el tratamiento de la madera y su mantenimiento. Las habilidades en relaciones públicas serán igualmente esenciales.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Inversión inicial importante.
- ✓ Esfuerzo necesario en marketing para promocionar el uso de la madera estructural en la construcción.
- ✓ Necesidad de encontrar un proveedor eficaz tanto en tiempo como en calidad de los productos.

Barreras de salida:

- ✓ Costes derivados de la liquidación de la empresa.
- ✓ Activos específicos del tratamiento de la madera, cuyos segundos usos no son de aplicación en otro sector.

ASPECTOS CLAVE

Esta oportunidad de negocio requiere una inversión notable, ya que son maquinarias muy complejas.

Posibilidad de acuerdos comerciales y/o de producción con aserraderos ya existentes.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

- ✓ El marcado "CE" es obligatorio en España desde el 28 de Febrero de 2005 para las casas de troncos y desde el 24 de Mayo de 2004 para las casas de entramado ligero.
(Directiva Europea de Productos de La Construcción, 89/106/CEE de 21/12/1988 y 93/68/CEE de 22 de Julio de 1993. Real Decreto 1630/1992 de 24 de Diciembre y RD. 1328/1995 de 28 de Julio.)
- ✓ Texto refundido con modificaciones del RD 1371/2007, de 19 de octubre, y corrección de errores del BOE de 25 de enero de 2008.
- ✓ CTE (Código Técnico de la Edificación)
- ✓ Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	PLANTA DE COMPOSTAJE
DESCRIPCIÓN	Creación de una planta de compostaje. Compostar es la acción de crear y mantener unas determinadas condiciones de temperatura, humedad y oxigenación para que millones de microorganismos transformen la materia orgánica en abono natural, mantillo o compost.
JUSTIFICACIÓN	Se propone como actividad empresarial la fabricación de compost y su comercialización por los siguientes factores: ✓ Es totalmente compatible y complementaria con la planta de biomasa propuesta en otro estudio ✓ Disponibilidad de suelo y materia prima en la zona ✓ Apuesta por una industria que cuide el medioambiente ✓ Superficie destinada a cultivos leñosos y especies forestales, fuentes principales para la fabricación de compost, es de 38.193 has
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión en este negocio es muy elevada. Podemos concretarla en los siguientes elementos: ✓ Parcela (50.000 m²): 50.000 € ✓ Nave de procesos (250 m²): 30.000 € ✓ Oficinas (25 m²): 3.000 € ✓ Electricidad: 4.000 € ✓ Agua: 5.000 € ✓ Contenedores (10*2.500 €): 25.000 € ✓ Pala cargadora: 50.000 € ✓ Tromel tamizador: 35.000 € ✓ Molino: 5.000 € ✓ Sistema de envasado: 7.000 € ✓ Báscula: 35.000 € ✓ Transpaleta: 3.000 € ✓ Vehículo para transporte: 8.500 € ✓ Equipamiento informático: 950 € ✓ Mobiliario y equipamiento de oficina: 200 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 261.650€
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor de este negocio debe tener conocimientos técnicos básicos en materia de gestión de residuos y de comercialización de productos de consumo.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Elevada inversión ✓ Desconocimiento de los clientes potenciales acerca de los beneficios que puede reportarles el compost, tanto a ellos como al medio ambiente <u>Barreras de salida:</u> ✓ Dificultad de recuperar la inversión inicial

ASPECTOS CLAVE

Las ventajas del compost son múltiples: es un abono de liberación lenta para las plantas, se obtiene una revalorización de residuos y es renovable.

La materia prima está muy marcada por el factor precio. Ello hará que la compra sea un factor determinante para la rentabilidad del proyecto.

La introducción en el mercado ecológico será progresiva. Hay que conocer muy bien la normativa sectorial para evitar problemas que lleven a la descatalogación como producto ecológico.

El nicho de mercado, como se ha dicho antes, es amplio, ya que nos encontramos en una región eminentemente agrícola. Además existen los clientes institucionales y viveristas.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Normativa europea

- ✓ R(CE) 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el R(CEE)2029/91. (Aplicable a partir del 1.1.2009)
- ✓ R(CE)967/2008 del Consejo de 29 de septiembre de 2008 por el que se modifica el
- ✓ Reglamento (CE)834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.
- ✓ R(CE) 889/2008 de la Comisión. Normas de aplicación R(CE)834/2007 (producción, etiquetado, control). Aplicable a partir del 1 de enero de 2009
- ✓ R(CE) 1254/2008 de la Comisión de 15 de diciembre de 2008 que modifica el R(CE) 889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control
- ✓ R(UE) Nº 271/2010 de la comisión de 24 de marzo de 2010 que modifica el R(CE) nº889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del R(CE) nº 834/2007 del Consejo, en lo que atañe al logotipo de producción ecológica de la Unión Europea
- ✓ REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) Nº 344/2011 de la Comisión de 8 de abril de 2011 que modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control
- ✓ REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) Nº 426/2011 de la Comisión de 2 de mayo de 2011 que modifica el Reglamento (CE) nº 889/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control
- ✓ Directiva 86/278 sobre utilización de lodos de depuración (R.D. 1310/1990).
- ✓ Directiva 91/676 sobre protección de las aguas contra la contaminación por nitratos procedentes de fuentes agrarias (Decreto 261/96)
- ✓ Directiva 91/156 sobre residuos (Ley 10/98 de residuos) , PNRU
- ✓ Directiva 99/31 sobre vertido de residuo

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	PLANTA ENVASADORA DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS
DESCRIPCIÓN	Actividad empresarial de envasado y comercialización de producto hortícolas locales.
JUSTIFICACIÓN	Hay numerosos factores por los cuales sería atractiva la implantación de este negocio: ✓ Riqueza varietal de los productos, así como su elevada calidad. ✓ Existencia de una cierta demanda por parte de la población flotante, tanto por la tradición familiar (familiares que cuando regresan a la zona llevan los productos a sus domicilios habituales, realizando difusión de los mismos entre amigos y conocidos) como “productos del pueblo” como por personas foráneas que los buscan al conocer su calidad y propiedades. ✓ Empresas de hostelería de la zona los utilizan de modo habitual en sus platos y desean asegurar un suministro constante. ✓ Iniciativa empresarial idónea para emprendedores conocedores del territorio que pueden generar puestos de trabajo temporal. ✓ Permitiría a los jóvenes continuar con la tradición del cultivo y llegar a consolidar una actividad económica y población en la zona.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	En cuanto a la inversión hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: ✓ Parcela (4000 m2): 4.000 € ✓ Nave 280 m2: 28.000 € ✓ Oficina 15 m2: 4.200 € ✓ Baños y vestuario: 4.200 € ✓ Cobertizo: 3.000 € ✓ Pavimentación: 6.000 € ✓ Electricidad: 4.000 € ✓ Fontanería: 1.000 € ✓ Vallado y accesos: 3.000 € ✓ Cámara: 15.000 € ✓ Climatización: 3.000 € ✓ Limpiadora de cepillos: 2.000 € ✓ Clasificadora tambor: 3.000 € ✓ Baño por aspersión: 3.000 € ✓ Clasificadora legumbres: 3.000 € ✓ Mobiliario trabajo: 3.000 € ✓ Envasadora pesadora legumbres: 4.000 € ✓ Etiquetadora: 500 € ✓ Horno pimientos: 800 € ✓ Envasadora pimientos film: 1.200 € ✓ Envasadora film/cartón: 12.000 € ✓ Vehículo para transporte: 8.500 € ✓ Equipamiento informático: 2.000 € ✓ Mobiliario y equipamiento de oficina: 200 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 118.600€

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

El perfil ideal del emprendedor para este tipo de negocio sería una persona con conocimientos en la industria agroalimentaria.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Elevada inversión inicial
- ✓ Falta de conocimientos de gestión comercial
- ✓ Restricciones agrícolas y medioambientales
- ✓ Excesiva variedad de productos

Barreras de salida:

- ✓ Difícil recuperación de la elevada inversión inicial

ASPECTOS CLAVE

Es una buena iniciativa estar en contacto con otros empresarios del sector a través de asociaciones empresariales y a través de la Cámara de Comercio del territorio donde se localiza la actividad.

Como promoción, se suelen realizar acciones promocionales a través de web, redes sociales y anuncios en fiestas y puntos de venta locales. El desarrollo de expositores de venta puede ser una buena herramienta promocional, así como las cestas de producto.

Para comenzar es aconsejable la creación de una marca de producto que identifique al mismo, de sensación de calidad y que permita amparar bajo ella a los diferentes productos.

Es necesario adoptar algún tipo de envase o embalaje que, además de proteger el producto, sea un buen formato publicitario del mismo.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Estatul

- ✓ Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral BOE Nº 205, de 25.08.09
- ✓ ORDEN HAC/1605/2011, de 29 de diciembre, por la que se desarrolla la gestión del procedimiento de evaluación y acreditación de competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral en Castilla y León, así como la estructura organizativa responsable BOCYL Nº 250, de 30.12.11

Comunidad autónoma

- ✓ Ley 3/1990, de 16 de marzo, de Seguridad Industrial de Castilla y León.
- ✓ REAL DECRETO 2685/1980, de 17 de octubre, sobre Liberalización y nueva regulación de las Industrias Agrarias.
- ✓ DECRETO 82/1989, de 18 de mayo, de la Junta de Castilla y León, sobre competencias en materia de industrias agrarias y alimentarias

SECTOR TERCIARIO

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	ACADEMIA ESCOLAR
DESCRIPCIÓN	La actividad docente objeto de nuestra empresa es, por definición, una actividad económica integradora y no discriminatoria que ayuda a compatibilizar la vida familiar y laboral de quien lo ejerce. Se realizarán las siguientes actividades: ✓ Enseñanza de idiomas (inglés, francés, alemán y euskera) ✓ Clases de refuerzo escolar (Clases particulares de apoyo al estudio desde infantil hasta bachiller más alguna clase a nivel universitario y cursos de corta duración sobre técnicas de estudio) También existe la posibilidad de impartir clases a domicilio.
JUSTIFICACIÓN	La zona cuenta con unas características que pueden hacer viable este negocio: ✓ La mayoría de la población reside en municipios sin estos servicios ✓ El 25% de la población reside en municipios de menos de 200 habitantes ✓ Una parte importante de la población es nacida o tiene relación con el País Vasco ✓ Creencia de que puede llegar a contar con una gran demanda del servicio
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial necesaria contará con los siguientes elementos: ✓ Adecuación del local: 25.905 ✓ Fianza del local: 1.500 ✓ Mobiliario y enseres: 5.181 ✓ Equipo informático y software: 1.600 ✓ Equipamiento: 4.400 ✓ Stock inicial y consumibles: 600 ✓ Gastos de constitución: 1.200 ✓ Fondo de maniobra: 12.000 INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 52.386 €
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor tendrá que ser una persona interesada en la formación de los demás y con habilidad en las relaciones públicas. Para el curso de técnicas de estudio se necesitará una formación

académica como diplomado en educación, magisterio de infantil y primaria, licenciados en psicología y/o psicopedagogía. Asimismo, tras el Plan Bolonia se aceptarán los graduados en aquellas especialidades. Para idiomas personas con la titulación académica universitaria en euskera, francés, inglés y/o alemán.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo comercial inicial.
- ✓ Falta de experiencia.
- ✓ Local inadecuado.

Barreras de salida:

- ✓ Recuperación del capital inicial.

ASPECTOS CLAVE

Antes de la inauguración del negocio, es muy importante realizar una campaña de promoción inicial para dar a conocer el centro. Serán necesarias actividades como por ejemplo: buzoneo, anuncios en prensa, creación de una página web...

Un negocio de este tipo puede dirigirse hacia varios tipos de público objetivo:

- ✓ Niños y jóvenes: Se adaptarán los contenidos de los cursos en función de los conocimientos que los jóvenes tengan de las materias de éstos. La mayoría de éstos van a ser estudiantes que comienzan a iniciarse en el dominio de los idiomas.
- ✓ Estudiantes universitarios y trabajadores: La formación en idiomas o informática desarrollada en la formación reglada suele ser demasiado deficiente, y para aumentar los conocimientos se hace necesario acudir a las academias privadas para complementarla.
- ✓ Empresas tanto privadas como públicas: Se preparan cursos para aquellas empresas que quieran suministrar formación a sus empleados extranjeros.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

A nivel nacional

- ✓ Sus relaciones jurídicas se encuentran reguladas por la Ley 4/1997, de 24 de marzo, de Sociedades Laborales o El Real Decreto Legislativo 1.564/89 de 22 de diciembre, que aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas
- ✓ La Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada
- ✓ REAL DECRETO 999/2012, de 29 de junio, por el que se modifica el Real
- ✓ Decreto 1629/2006, de 29 de diciembre, por el que se fijan los aspectos básicos del currículo de las enseñanzas de idiomas de régimen especial reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (BOE 14-07-2012)
- ✓ REAL DECRETO 1629/2006, de 29 de diciembre, por el que se fijan los aspectos básicos del currículo de las enseñanzas de idiomas de régimen especial reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE 4-1-2007)
- ✓ Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral (BOE del 7 de julio).
- ✓ Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, y sus posteriores modificaciones.

A nivel autonómico

- ✓ Ley 4/2002, de 11 de abril, de Cooperativas de Castilla y León.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

ASISTENCIA A DOMICILIO

DESCRIPCIÓN

Consiste en proporcionar asistencia a domicilio, a través de personal cualificado y supervisado. Siempre con la finalidad de promover, mantener o restablecer la autonomía personal del individuo o familia a asistir, para que pueda permanecer en su medio habitual de vida.

Esta asistencia personal puede consistir en tareas del hogar, guardias, acompañamiento a donde sea necesario, persona interna o instalación de teleasistencia.

JUSTIFICACIÓN

La provincia de Burgos tiene muchos pueblos pequeños con población escasa y/o decreciente, de tal forma que abundan personas de la tercera edad, que necesitan cuidados de otra persona; bien para desplazarse a otros lugares, bien debido a enfermedades u otros motivos.

Además, hoy en día dada la baja natalidad sumada a la mayor esperanza de vida, estamos viviendo en España un elevado envejecimiento de la población.

De esta manera, se estima que existe mercado para empresas que puedan ofrecer servicios de confianza y cercanas a las localidades donde se puedan necesitar.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

La inversión básica consistiría en mobiliario (mesas, sillas o estanterías) de un coste aproximado de 1.700 €, equipamiento informático valorado en 900€, y tres maletines con el material necesario para que los cuidadores atiendan perfectamente a los clientes de un precio aproximado de 600€. Se recomienda la creación de una página web igualmente (Coste estimado 1.000 €). Inicialmente se recomienda alquilar la oficina desde la cual se centralizarán y desarrollarán las actividades propuestas.

Es importante señalar que si los clientes necesitasen otro tipo de tratamiento, éste habría de ser facilitado por el servicio público de salud.

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 4.200 €

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

Personas con facilidad para las relaciones humanas, con cierta experiencia en el trato con personas mayores, conocimientos asistenciales y preocupados por ofrecer el mejor trato a sus clientes.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo comercial en el inicio para darse a conocer y conseguir la diferenciación frente a otras empresas ya existentes, ofreciendo algún valor añadido o consiguiendo una excelente comercialización.

Barreras de salida:

- ✓ Cumplimiento de los contratos en vigor establecidos con los clientes.

ASPECTOS CLAVE

Se trata de un negocio cada vez más demandado, ya que hay personas que no pueden permitirse el gasto de llevar a su familiar a una residencia, o bien prefieren un trato más personalizado.

También, en el entorno rural, son frecuentes los casos de personas que sólo requieren una asistencia de ciertas horas al día.

La población al aumentar la esperanza de vida y disminuir la natalidad, está envejeciendo.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

DECRETO 269/1998, DE 17 DE DICIEMBRE
Decreto 109/1993 de 20 de mayo (BOCYL 26 de mayo del 93) modificado por
Decreto 295/1994 de 22 de diciembre (BOCYL 28 de Diciembre del 94)

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

BUSCADOR EMPRESAS REPARACIÓN

DESCRIPCIÓN

Este negocio consiste en intermediar entre las diferentes empresas de obras para reparaciones del hogar y el consumidor final. El cliente expondría la obra que desea realizar (cambiar el baño, poner un suelo nuevo, etc.) y la empresa consultaría presupuesto con las diferentes empresas para comunicárselo al cliente final.

Es una forma de crear una competencia leal entre las diferentes empresas de reformas y reparaciones, para que puedan ofrecer precios más competitivos, lo que ha de repercutir beneficiosamente en el consumidor final.

Los beneficios se obtendrían a través de comisiones contribuidas por las empresas de reparaciones que reciban clientes demandando sus servicios (es una forma de promoción) y por una cantidad cobrada a las mismas mensualmente (por ejemplo 30 euros)

JUSTIFICACIÓN

Normalmente si en una zona rural se desea llevar a cabo una obra, se acude a la empresa que se conoce de siempre, pero no por ello va a ofrecer el mejor servicio al mejor precio.

Debido a esto, el buscador localiza los servicios que sean más económicos y que más garantías ofrezcan.

Además, las empresas cuentan con la opción de efectuar sus propias promociones a través de la página Web.

**INVERSIÓN MEDIA
INICIAL**

Este negocio no necesita mucha inversión inicial.

- ✓ Equipos informáticos: 900 €
- ✓ Página web: 1.000 €

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 1.900 €

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El perfil de este negocio hace necesario que la persona que lo realice tenga conocimientos sobre reparaciones y obras, de tal forma que pueda garantizar los mejores precios a los clientes y que sepa que está vendiendo un buen servicio.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Las diferentes empresas pueden hacer alianzas para quedarse con su “zona”, es decir, ofrecer precios razonables sólo a los clientes de su municipio y precios desorbitados al resto de clientes. ✓ Poca confianza de los consumidores en empresas que no conocen. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Compromiso con las diferentes empresas de promocionarlos durante un tiempo.
ASPECTOS CLAVE	La inversión es reducida y simplemente es necesario un emprendedor con conocimientos en reparaciones y reformas para que pueda ofrecer las mejores garantías. Este negocio se puede realizar en cualquier zona de la provincia de Burgos ya que este tipo de negocios están muy repartidos. Se buscaría aquella empresa que mejor presupuesto ofrece al cliente y a su vez está más cercana a su domicilio.
NORMATIVA DE APLICACIÓN	Al crear una página web que realiza una actividad mercantil y recoge datos de clientes mediante formularios, debe seguirse la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I., Ley 34/2002, de 11 de julio). A su vez, si se almacena información de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D, Ley 15/1999, de 13 de diciembre).

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	BUSCADOR DE TALLERES
DESCRIPCIÓN	Este negocio consiste en intermediar entre los diferentes talleres de reparación de vehículos y el consumidor final, proponiéndole a éste el presupuesto de la operación mecánica que demande. El proceso sería el siguiente: el cliente tiene un problema (cambio de aceite, avería, etc.) y acude a la empresa, la cual consultará presupuestos con los diferentes talleres de la zona, comunicando después al cliente la opción que más le convenga. Es una manera de crear una competencia leal entre los diferentes talleres para ofrecer precios competitivos al consumidor. Los beneficios se obtendrían a través de comisiones contribuidas por los talleres que reciban clientes (puesto que se promociona su negocio) y por una cantidad cobrada a los mismos mensualmente (por ejemplo 30 euros)
JUSTIFICACIÓN	Normalmente, cuando se necesitan en una zona rural los servicios de un taller de reparación se acude al que se conoce de siempre. No obstante, esto no implica el mejor servicio al mejor precio. Debido a esto, este buscador localiza el taller más económico para el cliente o el que más garantías ofrece. Además, los talleres podrían hacer sus ofertas a través de la página web del buscador (por ejemplo, cambio de aceite a un precio fijo, neumáticos con descuento, etc.)
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Este negocio no necesita mucha inversión inicial. ✓ Equipos informáticos: 900 € ✓ Página Web: 1.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 1.900 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición). Posibilidad de llegar a acuerdo con empresas de asistencia con el objeto de ofrecer el servicio de grúa.
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Debe ser una persona que tenga conocimientos de mecánica, para que pueda evaluar las características que ofrecen los diferentes talleres. Habilidades en relaciones públicas y conocimientos de marketing serían igualmente aconsejables.

**BARRERAS DE
ENTRADA/SALIDA**

Barreras de entrada:

- ✓ Poca confianza de los consumidores ante un servicio desconocido y novedoso.
- ✓ Esfuerzo comercial inicial.

Barreras de salida:

- ✓ Compromiso con los diferentes talleres de promocionarlos durante un tiempo.

ASPECTOS CLAVE

La inversión es reducida y simplemente es necesario un emprendedor con conocimientos en mecánica y automóviles para que pueda ofrecer las mejores garantías.

Además, este negocio se puede realizar en cualquier zona de la provincia de Burgos puesto que los talleres son numerosos y están muy repartidos. Siempre se podrá buscar el taller que mejor presupuesto ofrezca al cliente y a su vez esté más cercano a su domicilio.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

Al crear una página web que realiza una actividad mercantil y recoge datos de clientes mediante formularios, debe seguirse la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I., Ley 34/2002, de 11 de julio).

A su vez, si se almacena información de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D, Ley 15/1999, de 13 de diciembre).

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CAMPAMENTOS TERCERA EDAD
DESCRIPCIÓN	El negocio consiste en organizar campamentos para personas de la tercera edad. Constituye una buena iniciativa para que las personas mayores realicen actividades diferentes que sean de su agrado y se relacionen entre ellos. Se realizarían actividades de todo tipo, para que estas personas se den cuenta de que son capaces de hacer mucho más de lo que creen y vuelvan a sentirse activos.
JUSTIFICACIÓN	Muchas personas mayores viven ociosas en sus casas y con una rutina muy monótona. Estos campamentos son una forma de cambiar de hábitos durante unos pocos días y de relacionarse con otra gente que se encuentra en la misma situación. En estos campamentos la labor de los encargados no consistirá en una mera guía en las actividades, sino que también deberán dar a elegir a las personas mayores qué se hace cada día (barbacoa, excursión, talleres, etc.), lo que da un atractivo aún mayor a esta actividad.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial consiste en el pago de licencias y en la adquisición del material necesario para los campamentos, así como la página web y el equipamiento informático. Se recomienda llegar a acuerdos comerciales con instalaciones ya en funcionamiento para el desarrollo de la actividad (Hoteles rurales, campings...). INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 5.000 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor podría ser un hostelero que quiera dar una nueva salida a su negocio. El empresario debe ser una persona con don de gentes, que tenga iniciativa y le guste llevar a cabo diferentes actividades con personas mayores. Por ello, si regenta de antemano un hotel u hostel es muy probable que ya tenga estas características. Tiene que ser alguien capaz de manejar situaciones difíciles (conflictos, problemas que puedan surgir, etc.) y con paciencia suficiente para cuidar y animar con éxito a las personas mayores.

**BARRERAS DE
ENTRADA/SALIDA**

Barreras de entrada:

- ✓ Inversión inicial en publicidad para darse la empresa a conocer.
- ✓ Rechazo de la tercera edad a cambiar sus hábitos.

Barreras de salida:

- ✓ Barreras emocionales que podrían influir en el abandono del sector.

ASPECTOS CLAVE

Lo ideal es que este negocio lo lleve a cabo alguien que ya dispusiese de otro negocio similar (albergue, restaurante, hostel...), de tal forma que no tenga que hacer una inversión inicial en el albergue o en su acondicionamiento.

Otro aspecto a tener en cuenta es que el personal contratado para los campamentos debe de contar con el curso de monitor de tiempo libre.

A su vez, esta oportunidad de negocio se puede realizar en cualquier zona, pues es un negocio que ya existe pero destinado a un segmento de clientes diferente, del que se puede sacar rentabilidad.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

Formulario de solicitud de AUTORIZACIÓN ADMINISTRATIVA para la realización de actividades de aire libre y otras de tiempo libre con riesgo moderado o importante.

Ley 11/2002, de 10 de julio, de Juventud de Castilla y León.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LOCALES
DESCRIPCIÓN	La actividad propuesta es un comercio minorista de productos agroalimentarios típicos, que incluya además muestras de artesanía de la zona.
JUSTIFICACIÓN	Los factores que llevan a contemplarla como una oportunidad de negocio son los siguientes: ✓ El territorio Adeco Bureba contaba en 2008 con 299 establecimientos de comercio minorista, de los cuales un 36,45% de dedicaba a alimentación, bebidas y tabaco, un 56,19% a la venta de productos no alimenticios, y el 7,36% restante a otros productos ✓ La mayoría de los visitantes mencionan la carencia de tiendas de comestibles en general, e incluso de información sobre la venta de productos típicos, que un 60% tiene intención de comprar ✓ A través de este negocio se puede conseguir: hacer rentable la conservación de la naturaleza para que las poblaciones rurales asentadas en zonas de interés ecológico lideren el compromiso de conservar el medio; dinamizar el comercio rural; penetrar en el mercado urbano promocionando artículos tradicionales y artesanos de calidad
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	En cuanto a la inversión hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: ✓ Adecuación del Local: 4.000€ ✓ Mobiliario y Decoración: 6.000€ ✓ Equipo Informático: 1.000€ ✓ Stock Inicial (productos): 15.000€ ✓ Gastos de Constitución: 500€ ✓ Fianzas: 3.000€ ✓ Fondo de Maniobra: 14.700€ INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 44.200€
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor de este negocio debe ser una persona que tenga conocimiento en gestión y comercialización y habilidad para las relaciones públicas.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Alta estacionalidad en algunas zonas turísticas ✓ Excesiva vocación local de la oferta ✓ Falta de conocimientos de gestión ✓ Ausencia de oferta de servicios ✓ Dispersión y envejecimiento de la población <u>Barreras de salida:</u> ✓ Recuperación de la inversión inicial

ASPECTOS CLAVE

Los productos pueden proceder de:

- ✓ El territorio de Adeco Bureba, como la almendra garrapiñada y la morcilla de Briviesca, la miel de Poza de la Sal, la producción hortícola del Valle de las Caderechas en temporada (cereza, manzana, etc.)
- ✓ El resto de la provincia de Burgos y zonas colindantes

- ✓ La comunidad autónoma de Castilla y León, de donde proceden más de 50 productos de calidad protegidos, a los que habría que añadir las figuras de calidad de Producción Integrada, Artesanía Alimentaria y Agricultura Ecológica

Respecto de la línea de comercio agroalimentario, la estrategia de precios debe basarse en ofrecer productos de calidad a precios competitivos.

Pueden organizarse actividades como mini-ferias regionales o de productos, cursos y demostraciones de cocina, recomendándose también la participación en otras ferias de interés para dar a conocer los productos comercializados

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Comunitaria

- ✓ Reglamento (CE) 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de Abril De 2004 relativo a la Higiene de los Productos Alimenticios (versión consolidada).

Estatal

- ✓ Real Decreto 1274/2011, de 16 de septiembre, por el que se aprueba el Plan estratégico del patrimonio natural y de la biodiversidad 2011-2017, en aplicación de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.
BOE Nº 236, de 30.09.11
- ✓ Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
BOE Nº 53, de 02.03.10
- ✓ Resolución de 9 de marzo de 2009, de la Dirección General de Política Comercial, por la que se publica el Convenio de colaboración para el desarrollo del Plan de mejora de la calidad en el comercio, entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Consejería de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León
BOE Nº 77, de 30.03.09
- ✓ LEY 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad
BOE Nº 299, de 14.12.07
- ✓ Orden ARM/2500/2011, de 13 de septiembre, por la que se modifica la Orden ARM/1915/2008, de 25 de junio, por la que se establecen las bases reguladoras de los Premios Alimentos de España
BOE Nº 227, de 21.09.11

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	COMERCIO DE PROXIMIDAD
DESCRIPCIÓN	Establecimiento cuyos clientes normalmente proceden de la localidad y de la zona en que está instalado y que desarrollará una serie de actividades comerciales tales como suministro de alimentación (en cualquiera de sus modalidades), prensa, droguería, mercería, floristería, papelería, tienda 24 horas, videoclub, etc.
JUSTIFICACIÓN	Consiste en un negocio que puede llegar a tener una clientela fiel en el área territorial si se centra en actividades en las que las grandes superficies no son competitivas y si proporciona un surtido especializado y una atención personalizada y de conveniencia, siendo ésta última la principal baza del comercio de proximidad.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Uno de los principales condicionantes en relación a la inversión es el local comercial. En el caso de un local ya dotado de servicios básicos, la inversión inicial aproximada podría estar en el rango de unos 10.000 euros destinados a la modernización, reforma, ampliación o traslado del establecimiento, así como a la adquisición de nuevos activos fijos. (Mobiliario y equipamiento). A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona con experiencia en el comercio y/o aptitudes comerciales que abre una tienda como forma de autoempleo. El negocio puede ser de carácter familiar, no contando, habitualmente y en función del tamaño, con más de dos empleados.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ No existen restricciones al ejercicio de la mayoría de las actividades y no se exige el cumplimiento de trámites complejos. ✓ Relativa baja inversión para la puesta en marcha, aunque el volumen de la inversión está condicionado de forma considerable según la idea base del negocio. Así puede variar mucho el equipamiento necesario y el acondicionamiento del local. ✓ Percepción de actividad fácil que puede favorecer la apertura de nuevos negocios e incrementar la competencia. No obstante, hay que tener en cuenta la competencia indirecta que suponen las grandes superficies y los nuevos hábitos de compra que favorecen el desplazamiento o, al contrario, la compra por Internet. <u>Barreras de salida:</u> ✓ La inversión para montar el negocio no es excesivamente alta por lo que las barreras de salida no son muy elevadas. Además, existe la posibilidad de traspaso de negocio y venta de equipamiento en el mercado de segunda mano.

ASPECTOS CLAVE

Para paliar el efecto de la competencia que suponen las grandes superficies y la amplia oferta existente, se aprovecharán una serie de aspectos clave:

- ✓ La ubicación.
- ✓ Asesoramiento y trato personalizado a los vecinos.
- ✓ Posibilidad de venta on-line y distribución a domicilio.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

La normativa principal a tener en cuenta es:

- ✓ Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que podrá complementarse con los códigos de conducta que libremente surjan en el sector para su autorregulación. Esta ley regula las instalaciones, el funcionamiento y los servicios que deben poseer como mínimo estos establecimientos, así como determinadas clases de ventas especiales. Asimismo, también trata las infracciones y sus correspondientes sanciones.

Otra legislación a nivel nacional:

- ✓ Ley orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la ordenación del comercio minorista. (BOE nº15, de 17 de enero de 1996).
- ✓ Ley 6/2000, de 23 de junio, de medidas urgentes de intensificación de la competencia en mercados de bienes y servicios.
- ✓ Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995, de 8 de noviembre.
- ✓ Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
- ✓ RD 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- ✓ RD 485/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas en materia de señalización de seguridad y salud en trabajo.
- ✓ Normativa Prevención contra Incendios NBE-CPI/96.

A nivel autonómico:

- ✓ Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CONSULTORÍA DE EMPRESAS
DESCRIPCIÓN	La propuesta de negocio consiste en la prestación de servicios profesionales de Consultoría de Marketing y Comunicación, que incluye: ✓ Consultoría(Desarrollo del plan de social media marketing y Desarrollo y posicionamiento web) ✓ Acciones puntuales de marketing digital o marketing 2.0 (preparación de blog y apertura de cuentas en redes sociales) ✓ Acciones rutinarias de marketing digital o marketing 2.0 (postear en el blog, informes de SMO y reputación on-line...) ✓ Servicios de traducción de pág. Web y SMO
JUSTIFICACIÓN	Puede brindar una oportunidad a la población local educada del territorio Adeco Bureba (Burgos es una de las provincias españolas con mayor nivel educativo) en la que se conjuga formación, conocimiento y contacto con empresas, establecimientos y profesionales de la zona.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	En cuanto a la inversión hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: ✓ Equipo informático: 1.710 € ✓ PC portátil: 500€ ✓ Base multifuncional: 100€ ✓ Impresora laser con funciones scanner y copiadora: 400€ ✓ Netbook: 200€ ✓ Disco duro externo: 180€ ✓ Software de gestión: 300€ ✓ Antivirus: 30€ ✓ Equipamiento de oficina: 300 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 2.010€
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El perfil profesional aconsejable es un/a emprendedor/a con Licenciatura en Marketing, en Administración y Dirección de Empresas (ADE), con MBA y con una experiencia de al menos 3 años en el Área de Marketing.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Falta de posicionamiento ✓ Falta de especialización ✓ Dificultad para hacerse con una cartera de clientes <u>Barreras de salida:</u> ✓ La inversión no es elevada, de modo que las barreras de salida son bajas.
ASPECTOS CLAVE	Es recomendable pertenecer a diferentes asociaciones profesionales y organizaciones empresariales como AJE Burgos, FAE Burgos... Es de gran importancia la creación de una potente imagen corporativa.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

Estatal

- ✓ *Ley 2/2007, de 15 de marzo, de Sociedades Profesionales*
BOE Nº 65 de 16.03.07
- ✓ *Ley Orgánica 15/1999, 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.*
BOE Nº 298, de 14.12.99
- ✓ *Ley Orgánica 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico*
BOE Nº 166, de 12.07.02

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	CONTABILIDAD ON-LINE
DESCRIPCIÓN	Esta oportunidad de negocio consiste en ofrecer servicios de contabilidad on-line orientado fundamentalmente a autónomos, emprendedores y PYMEs, de tal manera que éstas puedan externalizar las tareas y obligaciones contables derivadas de su actividad productiva y comercial. Los clientes enviarán a la empresa de contabilidad on-line, normalmente por vía electrónica, sus datos y documentaciones con el objeto de ser procesados y cumplimentados.
JUSTIFICACIÓN	Cuando se inicia un negocio se tiene como objetivo minimizar los tiempos de arranque. Para eso, se le dedica el tiempo necesario preocupándose por cada detalle minuciosamente y priorizando su atención y esfuerzo en las tareas principales de la empresa, como puedan ser producción o gestión comercial. Sin embargo, no todos los emprendedores cuentan con los conocimientos y/o tiempo suficiente para las tareas relativas a la contabilidad de la empresa; algo esencial a la hora de comenzar un negocio, debido a que un orden financiero permitirá la supervivencia de la empresa, pero susceptible de ser fácilmente externalizado. Por ello, se propone esta oportunidad de negocio que consiste en crear y poner en marcha un servicio de contabilidad online que ayude a los emprendedores y empresarios que no cuentan con los recursos para contratar un contable o que entienden esta tarea como subordinada a las propiamente relativas a la generación y prestación de productos y servicios o a la gestión comercial. De esta forma, se ofrecerá la generación de libros contables, administrar centros de costes, honorarios, estado de cuentas corrientes, entre otros servicios. También la emisión, custodia y administración de documentos tributarios. Por último, el sistema de cálculo y liquidación de remuneraciones mensuales. Las tarifas a pagar por los clientes, serán notablemente inferiores que el coste de contratar a un gestor/contable o recurrir a una asesoría tradicional, habida cuenta los costes fijos reducidos de éste negocio y el hecho de optimizar los mismos ofreciendo un servicio especializado a diferentes clientes de forma telemática.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Inicialmente no se requiere una gran inversión inicial, puesto que para poner en marche este negocio se necesita un ordenador por trabajador, cuyo coste ascendería a 900€ aproximadamente por puesto, así como el correspondiente mobiliario y equipamiento de oficina. Es recomendable que el equipamiento informático conste de las instalaciones e innovaciones del mercado del momento, cuyo precio variará en función de la marca, componentes del ordenador, o software utilizado.

	La elaboración de una página Web especializada, cuyo coste podría estimarse en unos 1.000€ aprox. Sería necesario contar igualmente con un software específico de contabilidad. Su coste varía en función de la marca y prestaciones. Estimación: 300€ Se recomienda contar con una oficina sencilla en régimen de alquiler, lo cual, definitivamente minimizará la inversión inicial. INVERSIÓN TOTAL APROXIMADA: 2.200 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Para poner en marcha un negocio de estas características es recomendable que el emprendedor tenga conocimientos en contabilidad, fiscalidad, así como conocimientos básicos de informática, dado que nos encontramos en un entorno muy cambiante en el ámbito de la contabilidad y de la legislación; sobre todo por su creciente adaptación a las NIIC.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Necesidad de un gran esfuerzo en marketing para darse a conocer y convencer a los clientes potenciales de la seguridad que ofrece nuestro servicio además de su eficiencia, habida cuenta la importancia de los datos e información cedida por parte de la empresa cliente. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Coste de liquidación de la empresa.
ASPECTOS CLAVE	Se trata de una oportunidad de negocio que requiere escasa inversión inicial. Formación contable y fiscal necesaria. No es necesario tener unas instalaciones físicas específicas, pudiéndose desarrollar la actividad desde el propio hogar particular del emprendedor/es, oficina, u otras instalaciones físicas específicas para desarrollar esta actividad.
NORMATIVA DE APLICACIÓN	Al crear una página Web que realiza una actividad mercantil, se debe seguir la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I.). Además, si se almacenan datos de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D). Así mismo deberá estar al corriente de las continuas modificaciones de NPGC 2007 y de los cambios en materia de fiscalidad empresarial, para poder aplicarlas y ofrecer un servicio tan optimo como le sea posible.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	EDITORIAL DE LIBROS ON - LINE
DESCRIPCIÓN	El negocio consiste en la creación de una editorial on-line. Una vez escrito por el autor, éste envía la obra a la empresa, la cual se encarga de imprimirlos pero esto sólo lo realizará bajo demanda, es decir, solo publicará los ejemplares solicitados por los potenciales clientes. La impresión de libros lo puede subcontratar con una editorial, de tal forma que se reduzcan los costes. En la página web se incluirá una calculadora que, dependiendo del número de páginas, el tipo de portada, los colores...calculará el coste de impresión del libro, y en función del mismo, el escritor puede fijar el precio de mercado de su libro. Con ese precio se obtendrá un margen del cual una parte irá para la página web que ha gestionado todo y el resto para el escritor. La empresa se encargará de la publicidad y el marketing de las obras publicadas. Además de la impresión de los libros en papel, se puede añadir la opción de obtener el libro en formato digital para leerlo con los e-book, cada vez más utilizados en los últimos años.
JUSTIFICACIÓN	Escribir un libro es un deseo de mucha gente, pero son numerosas las dificultades que existen para sacar un libro al mercado, siendo una de las más importantes el rechazo de las editoriales a la hora de publicarlo. La página web ofrece la posibilidad de editar el libro y sólo se publicará bajo demanda. Además, al fijar el propio escritor el precio, éste conoce el beneficio que va a obtener de antemano.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión es reducida y consistiría en: ✓ Un ordenador: 900 € ✓ Un dominio en internet, para dar valor a nuestro trabajo: 30 €, teniendo que renovarlo cada año (aunque depende de si es .es, .com, .net, etc.) ✓ Página web con tienda on-line: 2.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 2.930 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Quien desarrolle esta actividad ha de ser una persona emprendedora, siendo la idea del negocio muy innovadora. Los conocimientos necesarios se limitan a tener nociones de Internet para gestionar adecuadamente la página web y estar atento a los nuevos pedidos, gestionar las órdenes de impresión... Si se da la opción de que en lugar de publicar el libro se digitalice, también ha de tener los conocimientos requeridos para ello. Del mismo modo, ha de tener aptitudes para las relaciones humanas puesto que necesitará negociar con las distintas editoriales para conseguir contratos que faciliten la impresión de los libros.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo comercial notable para dar a conocer el negocio y conseguir contratos.
- ✓ Rechazo por parte de los consumidores que pueden cuestionarse la seriedad del negocio y que pueden desconfiar a la hora de confiar sus ideas literarias en una página web no conocida.
- ✓ Aunque el soporte digital es menos costoso, los e-book todavía no están del todo extendidos y hay quienes incluso los rechazan porque a su juicio se pierde la magia de leer un libro en papel.

Barreras de salida:

- ✓ Posibles compromisos que pueden ligar a la empresa con las diferentes editoriales, acordando éstas imprimir a cambio de una cierta permanencia de nuestra empresa.

ASPECTOS CLAVE

Es una actividad que se puede desarrollar en cualquier lugar, debido a que los clientes no van a acudir a un lugar físico sino que van a realizar su trabajo desde su propia casa u oficina a través de internet.

Un factor comercial clave es que permite a un autor desconocido o novel publicar y poner sus obras en el mercado.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Al crear una página web que realiza una actividad mercantil y recoge datos de clientes mediante formularios, debe seguirse la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I., Ley 34/2002, de 11 de julio).

A su vez, si se almacena información de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D, Ley 15/1999, de 13 de diciembre).

También hay que tener en cuenta los derechos de autor y la protección de ciertos archivos mediante copyright.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

EMBOTELLADORA DE VINOS

DESCRIPCIÓN

Este negocio tiene como fin acudir a las diferentes bodegas con el equipo necesario para embotellar el vino. Para esos desplazamientos se utilizaría un camión adecuadamente equipado.

Las pequeñas bodegas no tienen capacidad para embotellar un gran número de botellas por dos motivos: en primer lugar porque no tienen la capacidad productiva suficiente para realizar esta actividad en grandes cantidades, y en segundo lugar porque el número de veces a lo largo del año que realizan esta actividad es muy reducido, por lo que no tienen la experiencia necesaria.

La empresa embotelladora tiene como fin facilitar esa labor, para que las bodegas (especialmente las pequeñas) no tengan que instalar el proceso de embotellamiento.

Además, se puede pensar que las bodegas estarían dispuestas a contratar este tipo de negocios ya que se va a realizar de una forma más eficiente y rápida.

JUSTIFICACIÓN

Para las bodegas, en especial las pequeñas, la adquisición del equipo necesario para el embotellamiento del vino supone incrementar en gran medida la inversión. Además, el número de embotellados que realizan las pequeñas bodegas es muy reducido y con escasa frecuencia, con lo que se dificulta la labor de realizar la actividad con eficacia y eficiencia.

Esta empresa tiene por objeto que las bodegas externalicen la función del embotellado, de tal forma que la empresa de embotellamiento acuda a la bodega con un camión que contenga el equipo necesario para realizar esa actividad.

Lo ideal es que este servicio lo desarrollen personas con experiencia en la tarea, de tal forma que sean capaces de rellenar un gran número de botellas en el menor tiempo posible garantizando la calidad del proceso.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

La inversión inicial estaría integrada principalmente por el equipo de embotellamiento (90.000 €, normalmente en equipos de segunda mano).

También es imprescindible adquirir el camión. El tamaño del mismo lo elegirá la empresa, lo que también condicionará la inversión. El camión que se considera tendría un valor aproximado de 50.000 €.

Así mismo se recomienda la puesta en funcionamiento desde el principio de una página web corporativa (1.000 €). Se requerirá igualmente equipamiento informático básico (900€)

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 141.900 euros

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

El emprendedor debe conocer el sector, y sobre todo dominar la técnica del embotellamiento, o contar con alguien con los conocimientos necesarios. Un buen servicio es fundamental para causar una buena impresión en las bodegas, de tal manera que estas contraten los servicios ofertados por la empresa embotelladora.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo inversor inicial elevado.
- ✓ Necesidad de inversión en publicidad para darse a conocer.
- ✓ Posible rechazo por parte de las pequeñas empresas a externalizar ciertas actividades.

Barreras de salida:

- ✓ Compromiso con las diferentes bodegas de mantener la actividad durante un periodo de tiempo determinado.
- ✓ Al basarse el esfuerzo inversor en activos específicos como es la máquina de embotellar, la única forma de recuperar la inversión, al menos en parte, es vender los equipos a otras embotelladoras.

ASPECTOS CLAVE

El negocio está dirigido principalmente a las bodegas pequeñas, ya que las grandes tienen una capacidad productiva muy elevada y ya tienen instalado el equipo necesario para el embotellamiento.

Las empresas de tamaño reducido son de base familiar y muy tradicional, con lo que es posible que sean reacias a que otra empresa realice sus actividades, con lo que en este tipo de negocio es importante concienciar a los propietarios de las bodegas de que externalizar ciertas actividades puede suponer una ventaja.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Real Decreto 1127/2003, de 5 de septiembre, por el que se desarrolla el Reglamento (CE) nº 753/2002 de la Comisión, de 29 de abril de 2002, que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 1493/1999 del Consejo, en lo que respecta a la designación, denominación, presentación y protección de determinados productos vitivinícolas

ORDEN APA/2483/2005, de 7 de julio, por la que se dispone la publicación de la Orden AYG/323/2005, de 7 de marzo, que aprueba el Reglamento por el que se establecen las normas de utilización de la mención Vino de la Tierra de Castilla y León.

Orden APA/2637/2005, de 30 de junio, por la que se dispone la publicación de la Orden AYG/1611/2004, de 21 de octubre, de la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, por la que se reconoce el «Vino de Calidad del Arlanza» y se aprueba su Reglamento, y de la Orden AYG/13/2005, de 14 de enero, por la que se modifica este último.

Orden de 1 de diciembre de 1992 del Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación por la que se aprueba el Reglamento de la Denominación de Origen “Ribera del Duero” y de su Consejo regulador.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	GESTIÓN DE SERVICIOS MÚLTIPLES
DESCRIPCIÓN	El negocio consiste en ofrecer todos aquellos servicios que las personas no pueden desarrollar, bien sea porque sus horarios no se lo permiten (trabajo, viajes...) o porque su edad o estado de salud les dificulta realizar ciertas tareas. Este tipo de negocio realizaría multitud de actividades, desde la limpieza del hogar o la recogida de medicinas, hasta el transporte de viajeros o el mantenimiento de huertas entre otras.
JUSTIFICACIÓN	Este tipo de negocios está creciendo de una manera muy significativa, pues en muchas zonas rurales nos encontramos con dos problemas: gente que posee fincas pero no puede encargarse de ellas porque vive en la ciudad y gente de avanzada edad que no necesitan ir a una residencia, pero que hay funciones (recoger medicamentos en la farmacia, trasladarse a las localidades colindantes para comprar, etc.) que no puede realizar. Una empresa de gestión de servicios múltiples realizaría estas tareas, subcontratando personal de tal forma que este negocio actuase como un intermediario entre el cliente y quien va a realizar las tareas. El contacto con esta empresa sería muy sencillo ya que se podría realizar por Internet, por teléfono o en una sede física.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión es reducida, puesto que el objetivo es que la mayor parte de los servicios no se presten directamente, sino que se subcontraten. De esta forma, la inversión inicial estimada aproximada consistiría en el mobiliario y material de oficina así como la página web: ✓ Equipamiento informático: 900 € ✓ Mobiliario oficina: 700 € ✓ Página Web: 1.000 € TOTAL INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 2.600 euros A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor ha de ser una persona organizada, capaz de coordinar muchas actividades a la vez, subcontratando actividades y atendiendo a todos sus clientes de manera adecuada y profesional. Es importante señalar que el boca a boca, sobre todo en las zonas rurales, es muy influyente y constituye una fundamental vía de promoción. Además, el empresario tiene que tener conocimientos de informática para gestionar correctamente las peticiones de sus clientes, y ser amable. Cuando el cliente deja en manos de una empresa tareas y bienes importantes de su vida diaria (sus huertas, unos análisis de sangre, la compra de la semana, etc.) es esencial una primera toma de contacto agradable, para que contraten el servicio posteriormente.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Desconfianza por parte de los usuarios a que un desconocido realice tareas en sus propiedades (fincas, casas...)
- ✓ Esfuerzo publicitario para darse a conocer e intentar ganarse una buena imagen de marca

Barreras de salida:

- ✓ Barreras emocionales, por parte de la empresa ya que hay personas que realmente puedan depender de la prestación de sus servicios.

ASPECTOS CLAVE

En primer lugar, la inversión inicial es reducida, puesto que los servicios se van a subcontratar en su mayor parte y la empresa simplemente es un intermediario entre el cliente final y quien realice la actividad.

En segundo lugar, hay que tener en cuenta que los consumidores van a prestar bienes que, para ellos, tienen un alto valor (servicios destinados a la salud de las personas o al cuidado de sus posesiones). Es por ello fundamental una imagen fiel y leal de la empresa para generar confianza en la clientela. De no ser así, es decir, si los clientes no tienen seguridad de que se vayan a realizar con las debidas garantías el trabajo, no contratarán los diferentes servicios y el negocio no tendrá éxito.

Esta idea es muy importante, y es una de las principales características que tiene que tener en cuenta el emprendedor que desarrolle este tipo de negocio.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Real Decreto 1424/1985, de 1 de Agosto, por el que se regula la relación laboral de carácter especial del servicio del hogar familiar.

Al crear una página web que realiza una actividad mercantil y recoge datos de clientes mediante formularios, debe seguirse la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I., Ley 34/2002, de 11 de julio).

A su vez, si se almacena información de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D, Ley 15/1999, de 13 de diciembre).

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	LAVANDERIA INDUSTRIAL CON ALQUILER DE ROPA
DESCRIPCIÓN	Se trata de una empresa que se dedicará al lavado, planchado y transporte de prendas de cualquier tipo y para cualquier uso, principalmente para usos industriales. Además ofrecerá un servicio de alquiler de ropa para hoteles, restaurantes, empresas, balnearios, etc.
JUSTIFICACIÓN	A la actividad tradicional de lavandería industrial se añade el servicio de de alquiler de menaje, ofreciendo la posibilidad a las empresas, en particular del sector de la hostelería, de no tener necesidad incurrir en los costes relativos a la compra de este material.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial de la lavandería consistiría básicamente en: ✓ 3 lavadoras: 45.000 € ✓ 2 secadoras: 800 € ✓ Planchas y mesa de planchar: 300 € ✓ Armario para guardar la ropa: 200 € ✓ Furgoneta para el transporte: 15.000 € ✓ Elementos informáticos: 900 € ✓ Página Web: 1.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 63.200 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona emprendedora, organizada para poder atender todos los pedidos adecuadamente y con aptitudes y facilidad para las relaciones humanas.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Inversión inicial importante. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Difícil reutilización de los activos específicos adquiridos para la actividad. ✓ Posible existencia de contratos de permanencia con los clientes, ya sean restaurantes, hoteles, etc.
ASPECTOS CLAVE	El negocio ha de situarse en una zona con una alta presencia de empresas del sector servicios, como son hoteles, comercios, restaurantes..., es decir, una zona turística o con pequeñas empresas vinculadas al sector de la hostelería fundamentalmente.
NORMATIVA DE APLICACIÓN	Real Decreto 1453/1987, de 27 de noviembre, por el que se aprueba el reglamento regulador de los servicios de limpieza, conservación y teñido de productos textiles, cueros, pieles y sintéticos.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	OCIO ACTIVO-GIMNASIA MAYORES
DESCRIPCIÓN	Negocio de gimnasia de mantenimiento que cuente con las siguientes actividades: ✓ Pequeñas y sencillas explicaciones teóricas sobre el concepto de “vida sana”: mejora de hábitos físicos diarios (por ejemplo, como coger peso, cómo y cuánto caminar, etc.). ✓ Ejercicios físicos adaptados al colectivo: no se trata de crear deportistas sino de ayudar a los mayores de la localidad a mejorar a través del deporte y de la gimnasia su calidad de vida.
JUSTIFICACIÓN	Algunos factores característicos del territorio ADECO BUREBA hacen pensar que un negocio relacionado con actividades de ocio activo, en especial de gimnasia para personas mayores, tiene posibilidad de implantarse, dadas las características del territorio y de su población. Existe un paisaje de despoblación, y en este marco una actividad como la gimnasia de mantenimiento puede ser fuertemente apoyada por todas las poblaciones usuarias. La población debe entenderlo como de interés social. La gimnasia servirá para realizar actividades participativas en comunidad.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	En cuanto a la inversión hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: ✓ Utensilios: 1.245€ ✓ Productos: 50€ ✓ Equipo informático: 650€ INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 1.945€
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor de este negocio debe ser una persona que tenga conocimientos deportivos y de la salud. Los responsables de las actividades deberán tener algún título como por ejemplo: monitor deportivo, animación física y deportiva, diplomado en educación física, graduado en ciencias de la actividad física y el deporte...
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Escasez de personal especializado ✓ Escasez de instalaciones completas <u>Barreras de salida:</u> ✓ Compromiso con los clientes
ASPECTOS CLAVE	En los inicios del negocio deberían hacerse numerosas promociones para dar a conocer las actividades. Es imprescindible el buen trato a los clientes para que exista el método boca a boca, fundamental en este tipo de negocios.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

- ✓ Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, y sus posteriores modificaciones.
- ✓ Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral (BOE del 7 de julio).
- ✓ Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO		PISCIFACTORÍA “PESCA DEPORTIVA”
DESCRIPCIÓN	Las piscifactorías son instalaciones dedicadas a la cría de peces para consumo. Este negocio consistiría en su utilización para la pesca deportiva.	
JUSTIFICACIÓN	Este tipo de instalaciones abundan en la zona centro de nuestro país y son las que con más frecuencia han sufrido en los últimos 20 años la grave crisis del sector de la trucha arco-iris para consumo humano, que es el producto para el que fueron, en su mayor parte, construidas inicialmente, llevándolas a su cierre. Su reconversión en instalación dedicada a la pesca deportiva podría ser una opción rentable.	
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La puesta en marcha de los lagos de pesca recreativa necesitará un acondicionamiento general previo de la instalación para albergar esta actividad. La inversión inicial aproximada para poner en marcha una piscifactoría como lagos de pesca deportiva sería podría estimarse en unos 12.900 €. (La aproximación al cálculo de los costes de la actividad se realizará tomando como modelo una piscifactoría de tamaño pequeño, con una producción media de 100 t de truchas al año, que en la actualidad se encuentre cerrada y sin producción alguna.) El acondicionamiento consistirá en unas labores de desbroce de las zonas de lance, poda de algunos árboles y limpieza de los márgenes de las balsas de decantación que serán repobladas por truchas como futuros lagos de pesca. Así mismo será conveniente llevar a cabo un dragado de las balsas para extraer los sedimentos depositados durante los últimos años y aumentar la profundidad de los lagos. Las necesidades de aprovisionamiento de recursos son relativamente pequeñas, ya que únicamente se precisará adquirir las truchas arco-iris que pueblen los lagos y sirvan para disfrute de los pescadores. Los costes de las actividades necesarias para poner a punto la instalación serían: ✓ Desbroce de las áreas de lance: 1.000 € ✓ Limpieza y acondicionamiento de los márgenes de los lagos: 1.500€ ✓ Dragado de las balsas de decantación: 4.000 € ✓ Poda de árboles: 1.000 € ✓ Acondicionamiento y señalizado de la piscifactoría para visitas: 1.500 € ✓ Limpieza del estanque de mantenimiento de las truchas, antes de la suelta en los lagos: 2000 € ✓ Equipamiento informático básico y página web: 1.900 € A éstos habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).	
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Persona emprendedora con conocimientos acerca del cuidado de estos animales y de la pesca deportiva. Habilidades en relaciones públicas.	

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Posibles dificultad a la hora de encontrar el lugar donde ejercer la actividad (lagos, piscifactorías en desuso, etc.)
- ✓ Esfuerzo comercial para darse a conocer en el entorno.

Barreras de salida:

- ✓ Dificultad de dar salida en el mercado a los activos específicos obtenidos para el desarrollo de la actividad, así como los animales de la instalación.

ASPECTOS CLAVE

Es una actividad que junta dos actividades ya existentes como son la pesca y la cría de peces en piscifactoría. Tiene como beneficio destacable el facilitar a los amantes de la pesca el ejercer tal actividad. Además, atraerá a aquellos que no dominen demasiado la pesca y que tengan dificultades en ríos o mares abiertos (es el caso de niños, nuevos pescadores, etc.)

También tiene el beneficio de contribuir a la disminución de la cantidad de especies capturadas tanto en agua dulce como salada, y los daños ocasionados por los métodos de pesca, tales como redes de arrastre.

Por otro lado, podría explotarse adicionalmente la instalación organizando visitas guiadas a la piscifactoría.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

El marco legal general para la regulación y la promoción de la actividad en el ámbito de la acuicultura en España está establecido por la Constitución de 1978, la Ley 20/1942 de Fomento y Conservación de la Pesca Fluvial, la Ley 23/1984 de Cultivos Marinos y la Ley 22/1988 de Costas.

A nivel autonómico:

- ✓ Ley 6/1992 de 18 de diciembre de Protección de Ecosistemas Acuáticos y de regulación de la pesca en Castilla y León.
- ✓ Ley 6/1992 de 18 de Diciembre de Protección de Ecosistemas Acuáticos y de regulación de la pesca en Castilla y León.
- ✓ Decreto 266/1998 de 17 de Diciembre, por el que aprueba el Reglamento General de Sanidad Animal.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	REPOSTERÍA MONACAL ON-LINE
DESCRIPCIÓN	El negocio consiste en la venta de las pastas y licores elaborados en monasterios y conventos a través de internet. Se trataría de llegar a acuerdos comerciales con las órdenes religiosas en cuestión con el objeto de proceder a la promoción y distribución on-line de sus productos a cambio de una comisión.
JUSTIFICACIÓN	Los dulces y licores producidos en monasterios y conventos siempre han sido muy valorados por los consumidores gracias a su elaboración con productos naturales y sin aditivos adicionales. Sin embargo, su consumo se ve reducido debido al impedimento que supone tener que acercarse al convento o monasterio de referencia para comprarlos. Burgos cuenta con numerosos conventos y monasterios con fama reconocida por la calidad de sus dulces y licores, lo que facilitaría los comienzos de la empresa.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial consistiría en: ✓ Equipamiento informático: 900 € ✓ Página Web con tienda on-line: 2.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 2.900 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición). Se aconseja, al menos en la fase inicial del proyecto, llegar a acuerdos comerciales con empresas logísticas para la distribución de los pedidos.
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El promotor, fundamentalmente, ha de ser una persona con habilidades para las relaciones públicas, con conocimientos de marketing on-line y distribución comercial.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo comercial necesario para dar a conocer la empresa y el producto. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Posibles compromisos de permanencia con las órdenes religiosas o con ciertos tipos de clientes (panaderías, cafés, etc.)

ASPECTOS CLAVE

El negocio consiste en la venta de pastas, chocolates, dulces, licores... que se fabrican de forma artesanal en conventos y monasterios, aprovechando tanto la percepción general de calidad que los potenciales clientes tienen de esos productos, como las nuevas tecnologías para su promoción y venta.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, fabricación, circulación y comercio de productos de confitería, pastelería, bollería y repostería.

Además, al crear una página web que realiza una actividad mercantil, se debe de seguir la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I.). Además, si se almacenan datos de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D)

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

RESIDENCIA DE ANCIANOS

DESCRIPCIÓN

Los centros residenciales desempeñan hoy en día una función capital en la atención a los ancianos, especialmente aquellos que presentan alta dependencia. En ellos se atienden necesidades sociales, sanitarias y de cuidados a numerosos ancianos, que por diversas circunstancias, fundamentalmente soledad o pérdida de autonomía, requieren dichos cuidados fuera del domicilio. Esta atención se presta en ocasiones de forma temporal y en otras hasta el final de la vida del anciano.

La idea de este negocio consiste en llevar a cabo una residencia en la que las personas de avanzada edad realicen actividades con otras personas, de tal manera que estén acompañados y además se sientan seguros al estar en un lugar donde pueden recibir cuidado en todo momento ante cualquier problema.

Además, sería aconsejable que la empresa incorporase dos servicios adicionales en aras a optimizar la infraestructura creada: centro de día y asistencia a domicilio; que suponen el eslabón intermedio entre la total independencia del anciano y la estancia en residencia. El centro de día consistiría en la prevención, el tratamiento y el cuidado de los mayores por parte del personal, pudiendo volver los ancianos a sus casas por las noches y los fines de semana. La asistencia a domicilio consistiría en ofrecer ayuda y apoyo a domicilio, a través de personal cualificado y supervisado.

JUSTIFICACIÓN

Este negocio es necesario en muchas zonas, sobre todo en el medio rural, en el que la población cada vez está más envejecida y necesita muchas veces ser atendida.

Las familias, al recurrir a los servicios de la empresa, conseguirán que sus mayores interactúen con otros en las mismas condiciones, de tal manera que disfruten llevando a cabo las actividades ofertadas por la residencia.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

La inversión inicial variará mucho en función de si se dispone o no del edificio/local.

En principio, sería necesario un local de unos 2000 m², que tendría un precio aproximado de 500.000 €.

Por plaza residencial, la obra costaría aproximadamente unos 24.000 € (se estiman 50 plazas para obtener rentabilidad)

El mobiliario, que comprende las habitaciones, salas de lectura, comedor, enfermería y demás estancias, podría tener un coste aproximado de 250.000 euros

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 1.950.000 €

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

**PERFIL DE EL/LA
EMPREENDEDOR/A**

Sería recomendable que el emprendedor tuviese cierta vocación y habilidades específicas relacionadas con la atención a personas mayores, así como facilidad para las relaciones personales.

**BARRERAS DE
ENTRADA/SALIDA**

Barreras de entrada:

- ✓ Esfuerzo inversor inicial.

Barreras de salida:

- ✓ Costes de desinversión y liquidación importantes al poder tratarse de una infraestructura de cierto tamaño.

ASPECTOS CLAVE

Los servicios ofrecidos tienen gran demanda, con buenas perspectivas a medio y largo plazo como consecuencia de la pirámide de población.

Sensibilidad al ciclo económico.

El emprendedor ha de tener habilidades específicas en relación al trato humano y relaciones sociales.

**NORMATIVA DE
APLICACIÓN**

- ✓ Ley 16/2010, de 20 de diciembre, de servicios sociales de Castilla y León.
- ✓ Ley 5/2003, de 3 abril de Atención y Protección a las Personas Mayores de Castilla y León.
- ✓ Decreto 14/2001, de 18 de enero, regulador de las condiciones y requisitos para la autorización y el funcionamiento de los centros de carácter social para personas mayores.
- ✓ Resolución de 5 de junio de 2001, de la Gerencia de Servicios Sociales de Castilla y León, por la que se establecen las circunstancias indicadoras del grado de dependencia de los usuarios de los centros para personas mayores.
- ✓ Decreto 56/2001, de 8 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento regulador del régimen de acceso a las plazas en los centros residenciales para personas mayores, dependientes de la Administración de la Comunidad de Castilla y León y a las plazas concertadas en otros establecimientos.
- ✓ Orden FAM/1056/2007, de 31 de mayo, por la que se regulan los baremos para la valoración de solicitudes de ingreso y de traslados en centros residenciales y en unidades de estancias diurnas para personas mayores dependientes de la Administración de la Comunidad de Castilla y León y a las plazas concertadas en otros establecimientos.
- ✓ Resolución de 2 de abril de 2001, de la Gerencia de Servicios Sociales de Castilla y León, por la que se determinan los precios de referencia de las plazas en los centros residenciales para personas mayores dependientes de la Administración de la Comunidad de Castilla y León y de las plazas concertadas en otros establecimientos.
- ✓ Resolución de 30 de abril de 2008, de la Gerencia de Servicios Sociales de Castilla y León, por la que se determina la puntuación mínima exigida para el acceso al listado de demanda de plazas en los centros residenciales para personas mayores dependientes de la Administración de la Comunidad de Castilla y León y a las plazas concertadas en otros establecimientos.

- ✓ Decreto 16/2002, de 24 de enero, por el que se aprueba el Reglamento regulador del régimen de acceso a las plazas en unidades de estancias diurnas en centros para personas mayores dependientes de la Administración de la Comunidad de Castilla y León y en las plazas concertadas en otros establecimientos.
- ✓ Decreto 24/2002, de 14 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto Básico de Centros de Personas Mayores de Castilla y León.
- ✓ Decreto 37/1997, de 20 de febrero, por el que se dictan normas sobre financiación de actuaciones en cumplimiento de objetivos en materia de residencias del Plan Regional Sectorial de Personas Mayores, aprobado por Decreto 65/1995, de 6 de abril.
- ✓ Decreto 30/2001, de 1 de febrero, por el que se aprueba el Plan de Mejora de la Calidad Asistencial en los Centros Residenciales para Personas Mayores dependientes de la Administración de la Comunidad de Castilla y León.
- ✓ Orden FAM/912/2007, de 11 de mayo, por la que se aprueban las bases de los Premios "Mayores de Castilla y León".

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

SECRETARÍA VIRTUAL

DESCRIPCIÓN

Oferta de servicios virtuales a pequeñas y medianas empresas, así como a profesionales, que puedan ser externalizados. Básicamente, son los servicios de atención y asesoramiento al cliente. De esta forma, se refuerza la comunicación con el cliente sin que la empresa descuide la actividad principal de su negocio.

En este caso, los servicios ofertados por la nueva empresa serían, fundamentalmente, los siguientes:

- ✓ Recepción de llamadas.
- ✓ Recepción de pedidos.
- ✓ Gestión de agenda.
- ✓ Gestión de cobros.
- ✓ Digitalización de documentos.
- ✓ Mantenimiento de Redes Sociales.
- ✓ Administración del correo electrónico.
- ✓ Elaboración de presupuestos.

Esta serie de servicios puede ampliarse a otros ámbitos de la empresa e incluso adaptarse a las diferentes necesidades del cliente.

Esta empresa no solo ofrecería servicios telefónicos (Call Center); sino que además ofrecería servicios adicionales de gestión y marketing (Contact Center).

JUSTIFICACIÓN

Cada vez se le da más importancia a la atención al cliente, por lo que las empresas van adecuando su oferta y sus actuaciones a las necesidades del cliente, a la vez que siguen desarrollando sus actividades principales. En un entorno tan competitivo es difícil prestar la suficiente atención a los clientes mientras se desarrolla la principal actividad de la empresa, puesto que requiere una fuerte inversión en personal y tiempo.

De esta forma surgen los denominados Contact Center, los cuales, ofreciendo servicios de secretaría virtual, integran diversos canales de comunicación con la empresa como teléfono, e-mail, sms..., con la misma sencillez y eficacia. Así, este centro de atención al cliente satisface las necesidades de éste y proporciona una solución para la empresa.

Una buena estrategia relacional fomenta la satisfacción y la consecuente fidelización de los clientes.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

La inversión media en este tipo de empresa es relativamente reducida ya que los recursos materiales necesarios se reducen a equipos informáticos, software y centralita, y mobiliario. En cuanto al inmovilizado inmaterial, se debe disponer de una página Web, atractiva y profesional, que será la fuente principal a través de la cual se realizará la comunicación con los clientes:

- ✓ Equipamiento informático: 2.500€
- ✓ Software informático específico de gestión de relaciones con el cliente: 200 €
- ✓ Ofimat center- Call center telecabinas (3 cabinas con 3 soportes CPU): 270 €

- ✓ Resto mobiliario de oficina (estanterías, sillas...): 300 €
- ✓ Pagina Web corporativa: 1.000 €
- ✓ Centralita telefónica con dos extensiones y dos líneas telefónicas: 1.000 €

INVERSIÓN TOTAL APROXIMADA: 5.270 €

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

El empresario dispuesto a crear un negocio de estas características, deberá tener conocimientos informáticos, así como un especial interés en las nuevas tecnologías y la innovación.

Asimismo, deberá disponer de habilidades comerciales y relaciones públicas.

Conocimientos en atención telefónica y al cliente son esenciales para el correcto desarrollo de esta actividad.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Modelo de negocio relativamente desconocido, por lo que se debe realizar un esfuerzo comercial adecuado.

Barreras de salida:

- ✓ Compromiso con las diferentes pequeñas empresas que han externalizado sus servicios de atención al cliente.

ASPECTOS CLAVE

La inversión inicial necesaria es relativamente reducida, aunque se requieren conocimientos específicos en atención telefónica y al cliente.

Se ofrecerían servicios de alto valor añadido y a precio reducido a los clientes.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Al crear una página web que realiza una actividad mercantil y recoge datos de clientes mediante formularios, debe seguirse la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I., Ley 34/2002, de 11 de julio).

A su vez, si se almacena información de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D, Ley 15/1999, de 13 de diciembre).

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	SERVICIO DE PELUQUERÍA A DOMICILIO
DESCRIPCIÓN	La actividad consistiría en una peluquería unisex a domicilio con los siguientes servicios: ✓ Peluquería: Lavado, corte, peinado, tinte, moldeados y recogidos. ✓ Estética: Manicura (normal / francesa), pedicura, depilado facial /rasurado. ✓ Provisión del servicio a demanda en hoteles y alojamientos (idóneo para su comercialización asociado a eventos –fiestas y ceremonias).
JUSTIFICACIÓN	Las características del territorio y la población hacen posible la implantación de este negocio por las siguientes cuestiones: ✓ En torno al 80% de la población del territorio Adeco Bureba acude a la peluquería pero sólo el 21% de este servicio se recibe en la localidad de residencia. ✓ Se detecta un posible nicho demercado en la atención personalizada en hoteles y alojamientos con motivo de fiestas y celebraciones. ✓ Una parte importante de la población tiene una movilidad interurbana reducida. ✓ No existe actividad de peluquería a domicilio en dicho territorio.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La maquinaria incluye secadores de mano y aparato de cera y los utensilios, peines, tijeras, cuchillas, pinceles, carritos, tubos, pinzas, y demás utillaje necesario para desarrollar la actividad. El equipo informático se compone de un ordenador y una impresora de tickets portátiles. En cuanto al software expresamente diseñado para la gestión de peluquerías, en el mercado pueden encontrarse algunos gratuitos, como “Pyme Manager Belleza”. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 2.365 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Es una iniciativa empresarial idónea para emprendedores que tengan conocimiento en peluquería y estética y que cuenten con habilidades en el terreno de las relaciones públicas.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Falta de confianza por parte de los clientes ✓ Dependencia de la coyuntura económica ✓ Escasez de personal especializado <u>Barreras de salida:</u> ✓ La inversión para montar el negocio no es excesivamente alta por lo que las barreras de salida no son muy elevadas. Además, existe la posibilidad de traspaso de negocio y venta de equipamiento en el mercado de segunda mano.

ASPECTOS CLAVE

En los inicios, es aconsejable ofrecer de manera gratuita, en la primera visita para recibir tratamiento de peluquería y/o estética, cualquiera de los servicios adicionales a escoger por el/la cliente (manicura, pedicura, depilación), con el objetivo de habitar a la población en este tipo de consumo.

Además, la herramienta más efectiva en esta clase de negocios es el boca-oído, con lo que es vital cuidar aspectos como el trato a la clientela, los horarios...

Como en todo negocio, es muy conveniente para el empresario mantener buenas relaciones tanto con los proveedores como con otros empresarios. Por ello es importante pertenecer a alguna asociación.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Comunitaria

- ✓ Directiva del Consejo de 27 de julio de 1976 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de productos cosméticos (76/768/CEE). (Versión consolidada, 03.10.2006)
<http://tinyurl.com/6whwkn2>
- ✓ Reglamento (CE) No 1223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo de 30 de noviembre de 2009 sobre los productos cosméticos (versión refundida).
Diario Oficial de la Unión Europea, L 342/, 22.12.09

Estatal

- ✓ Real Decreto 1577/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Estilismo y Dirección de Peluquería y se fijan sus enseñanzas mínimas.
BOE Nº 297, de 10.12.11
- ✓ Real Decreto 1588/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Peluquería y Cosmética Capilar y se fijan sus enseñanzas mínimas.
BOE Nº 301, de 15.12.11
- ✓ Real Decreto 716/2011, de 20 de mayo, por el que se establecen cinco certificados de profesionalidad de la familia profesional Imagen personal que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad y se actualizan los certificados de profesionalidad establecidos en el Real Decreto 1373/2008, de 1 de agosto, y los certificados de profesionalidad establecidos en el Real Decreto 1379/2009, de 28 de agosto.
BOE Nº 165, de 12.07.11

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	TALLER A DOMICILIO
DESCRIPCIÓN	Prestación de servicios de taller mecánico, tanto general como agrícola, a domicilio.
JUSTIFICACIÓN	En la provincia de Burgos podría ser una oportunidad de negocio el hecho de facilitar a los usuarios, en especial aquellos que residen o trabajan en pequeñas localidades, los servicios de reparación mecánica, evitando así tener que desplazarse con los inconvenientes que esto genera.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial necesaria consistiría en: ✓ Una furgoneta equipada con las herramientas necesarias para ejercer los servicios del taller. ✓ Página web. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 42.000 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/nave/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor ha de tener conocimientos notables sobre mecánica, para poder llevar a cabo las reparaciones requeridas.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo comercial necesario para dar a conocer los servicios de este taller a domicilio. ✓ Competencia que suponen los talleres fijos tradicionales. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Difícil recuperación de la inversión inicial.
ASPECTOS CLAVE	Se trata de un negocio relativamente innovador especialmente indicado para pequeños arreglos de automóviles.
NORMATIVA DE APLICACIÓN	Real Decreto 1457/1986, Reglamento talleres reparación vehículos automóviles, equipos y componentes

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	TINTORERÍA
DESCRIPCIÓN	La actividad consistiría en un establecimiento especializado en el cuidado y mantenimiento textil. Sus instalaciones están preparadas para limpiar, planchar y mantener las prendas. Las tintorerías pueden encargarse también (aunque no todas) de teñir prendas de ropa.
JUSTIFICACIÓN	Las características del territorio y la población hacen posible la implantación de este negocio por las siguientes cuestiones: ✓ La mayoría de la población reside en municipios donde no hay establecimientos de este servicio abiertos al público. ✓ El medio de transporte más utilizado es el vehículo privado. Una gran mayoría de hogares (89%) dispone de, al menos, un vehículo de uso privado. Por consiguiente, un buen profesional podrá hacerse con clientela tanto de la propia localidad donde establezca el negocio como de los vecinos de la comarca pues éstos están acostumbrados a trasladarse al centro comarcal a adquirir productos y servicios.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Se debe realizar una inversión en los siguientes elementos: ✓ Franquicia (canon incluido) 18.890 € ✓ Maquinaria: 7.550€ ✓ Productos: 439€ ✓ Utensilios (utillaje):1.286€ ✓ Obra civil: 6.090€ INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 34.255 €
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Es una iniciativa empresarial que requiere tener unos conocimientos previos de las actividades que se van a realizar, así como técnicas profesionales. No es necesario ningún título formativo especial para abrir este negocio y cabe destacar que centros como el EFAT imparten cursos acerca de temas del negocio. La persona que lleve a cabo la iniciativa deberá ser buena en lo que a las relaciones públicas respecta.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Falta de confianza por parte de los clientes ✓ Dependencia de la coyuntura económica ✓ Falta de conocimientos y desidia en la gestión empresarial ✓ Falta de capital inicial <u>Barreras de salida:</u> ✓ Recuperación del capital inicial, aunque existe la posibilidad de traspaso de negocio y venta de equipamiento en el mercado de segunda mano.

ASPECTOS CLAVE

Es interesante estar en contacto con empresarios del sector, a través de ferias empresariales y asociaciones de empresarios gremiales y territoriales. También es conveniente inscribirse en la Cámara de Comercio correspondiente al territorio donde se desarrolla el negocio.

Se aconseja incorporar al negocio a través de franquicia, salvo personas que tengan relación con el negocio. La franquicia supone un sobre coste pero beneficia la formación y el know-how que ofrece así como su imagen fresca.

En los comienzos de cualquier negocio es aconsejable sondear los precios de la competencia y ofrecer una tarifa rebajada, tarifas para grupos, tickets-regalo, promociones o trabajos gratuitos.

El trato a la clientela debe ser ejemplar para así poder explotar el boca a boca, aspecto fundamental en este tipo de negocios.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

A nivel europeo

- ✓ Directiva 71/307/CEE del Consejo, de 26 de julio de 1971, y sus modificaciones posteriores, relativa a la aproximación de las legislaciones de los estados miembros sobre denominaciones textiles.

A nivel nacional

- ✓ Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral (BOE del 7 de julio).
- ✓ Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, y sus posteriores modificaciones.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	TURISMO ACTIVO
DESCRIPCIÓN	Actividad destinada al turismo activo, en el que se realizarán deportes de aventura y cursos sobre la naturaleza, rodeados de un medio natural y se residirá en un albergue donde se podrá disfrutar aún más del entorno. Es ideal para grupos de personas jóvenes que buscan alguna actividad fuera de lo convencional, para alejarse por unos días del agobio de la ciudad y mejorar sus relaciones personales.
JUSTIFICACIÓN	La provincia de Burgos cuenta con muchas zonas naturales en las que se pueden realizar diversas actividades multiaventura. Además, este tipo de turismo se está poniendo mucho de moda, sobre todo entre los jóvenes, y explotar este negocio sería una buena alternativa para las diferentes áreas territoriales, que a su vez verían incrementado el turismo.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	Al margen de los equipamientos informáticos y la página web, para los deportes multiaventura es necesario adquirir los diferentes materiales (kit de escalada, cuerdas de puenting, Quads, elementos de paintball) cuyo precio podría estimarse en unos 25.000 €, siempre en función del equipamiento efectivamente adquirido. Se puede valorar igualmente la opción del alquiler de equipos. INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 27.000 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	El emprendedor ha de ser alguien a quien le agraden las actividades deportivas para poder realizarlas con los diferentes grupos que participen. Esta circunstancia se dará al menos en el inicio de la actividad económica. Además tiene que ser alguien al que le guste la naturaleza ya que las actividades se van a realizar en este entorno. Por último, las habilidades en relaciones públicas serían igualmente indispensables.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo comercial inicial. ✓ Obtención de permisos para poder ejecutar las diferentes actividades. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Comprometida recuperación de la inversión inicial.

ASPECTOS CLAVE

Es una actividad cuya inversión depende de los equipamientos adquiridos.

Sería conveniente establecer acuerdos con albergues o residencias de la zona para cubrir la estancia de los clientes durante el periodo que dure la actividad. De esta forma, se comparten riesgos y se reduce el esfuerzo inversor inicial.

El negocio necesitará promoción inicial para darse a conocer y ganar cuota de mercado.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Como es una empresa de turismo, se debe de seguir la ley 14/2010 de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León en la que regula los servicios turísticos.

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO		VENTA FIGURAS DE MADERA
DESCRIPCIÓN	Este negocio consistiría en la venta de diferentes figuras talladas en madera. Se tendrían diferentes temáticas para cada ocasión (belenes en navidad, artículos religiosos en Semana Santa, puzzles para cumpleaños...), e incluso bajo pedidos especiales, se podrían realizar muebles, maquetas o, por ejemplo, figuras basadas en fotografías.	
JUSTIFICACIÓN	Este negocio ofrece la oportunidad de hacer regalos diferentes con especial valor añadido y sentimental. En épocas concretas del año, como por ejemplo en Navidad, la demanda podría ser alta gracias a que el negocio ofrecería una decoración navideña exclusiva y de calidad.	
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial podría estimarse en: ✓ Diferentes utensilios (limas, sierras, lijadoras, pulidoras, etc.): 1.500 € ✓ Equipamiento informático: 900 € ✓ Página Web con tienda on-line: 2.000 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 4.400 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición). Se aconseja, al menos en la fase inicial del proyecto, llegar a acuerdos comerciales con empresas logísticas para la distribución de los pedidos.	
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Este negocio necesita un emprendedor que posea habilidades para tallar en madera, pintar y decorar. Los conocimientos en marketing y distribución on-line serían igualmente importantes.	
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Esfuerzo comercial en publicidad para dar a conocer a la empresa. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Posibles compromisos con clientes (para belenes, eventos, etc.)	

ASPECTOS CLAVE

Este negocio ha de ser llevado a cabo por una persona con determinados conocimientos y habilidades que muchas veces no son fáciles de adquirir al requerir sensibilidad artística/artesanal.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Para el taller habría que seguir La Orden EYE/1665/2007, de 25 de septiembre, tiene por objeto el desarrollo del Decreto 74/2006, de 19 de octubre, por el que se regula la artesanía en Castilla y León, en relación con el Repertorio Artesano de Castilla y León, el Registro Artesano de Castilla y León, el reconocimiento administrativo de las condiciones reguladas en el citado Decreto, la Comisión de Artesanía de Castilla y León y las Comisiones Territoriales de Artesanía.

Al crear una página web para la distribución, que realiza una actividad mercantil y recoge datos de clientes mediante formularios, debe seguirse la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I.). Además, a su vez si se almacenan datos de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D)

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO

VENTA ON-LINE DE PRODUCTOS

DESCRIPCIÓN

Este negocio consiste en vender productos online de la provincia de Burgos, o de alguna de sus áreas territoriales en particular, tanto alimentos como artesanía u otros que así puedan considerarse.

Se trataría siempre de productos de calidad y diferenciados.

JUSTIFICACIÓN

La provincia de Burgos cuenta con una gran riqueza culinaria y artesanal que, si bien es conocida por otras regiones, quizás no ha sido explotado todo su potencial todavía.

De esta forma, el negocio pretende vender los diversos productos dando una imagen de calidad y cuidando al cliente.

INVERSIÓN MEDIA INICIAL

No es necesaria una gran inversión inicial puesto que el fin del negocio es comercializar esos alimentos o productos artesanales que ya se venden en las diferentes zonas a través de otros canales de distribución (Internet).

Se requeriría fundamentalmente:

- ✓ Equipamiento informático: 900 €
- ✓ Página web y tienda on-line: 2.000 €

INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 2.900 euros

A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición).

PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A

Esta actividad puede ser realizada por cualquier persona, si bien sería recomendable que fuese una persona que conociese el entorno para poder ofrecer los mejores productos de calidad a los consumidores y ajustarse a las expectativas de los clientes, recomendando aquello que considere más oportuno en función de la tipología de cliente.

Conocimientos en marketing y distribución on-line son esenciales.

BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA

Barreras de entrada:

- ✓ Ciertas empresas ya dispongan de su propio canal de distribución online.
- ✓ Posible desconfianza inicial de los consumidores.
- ✓ Esfuerzo comercial necesario para darse a conocer.

Barreras de salida:

- ✓ Posible compromiso con las empresas de vender sus productos durante un tiempo.

ASPECTOS CLAVE

La inversión inicial es reducida ya que las diferentes gestiones se llevan a través de la página web propia de la empresa.

Para dar una imagen de calidad, es necesario que el emprendedor que desarrolle esta actividad conozca los diferentes lugares y la gastronomía de cada zona, de tal forma que pueda ofrecer los servicios más adecuados a cada tipo de clientes.

Se recomienda llegar a acuerdos comerciales con empresas de logística para la distribución física de los productos.

La fuente de ingresos principal se basaría en las comisiones por ventas de los productos en cuestión.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Al crear una página web que realiza una actividad mercantil, se debe seguir la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I.). Además, si se almacenan datos de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D)

FICHA DESCRIPTIVA DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

NOMBRE DEL NEGOCIO	VENTAS RÚSTICAS
DESCRIPCIÓN	Este negocio consiste en montar una empresa que recoja o compre antigüedades rústicas (ruedas, lavadoras antiguas...) de la provincia y/o zona de influencia para su posterior adecuación/restauración y venta por internet.
JUSTIFICACIÓN	En muchas zonas rurales, se encuentran utensilios antiguos (como pilas, pesebres, ruedas, etc.) en desuso e infravalorados. La venta online ofrece muchas facilidades para dar a conocer todos estos artículos, facilitando su venta no sólo en España sino que también en todas las partes del mundo y a todo tipo de públicos.
INVERSIÓN MEDIA INICIAL	La inversión inicial consistiría en: ✓ Equipamiento informático: 900 € ✓ Un dominio y página web con tienda on-line: 2.000 € ✓ Utillaje de restauración: 1.500 € INVERSIÓN INICIAL APROXIMADA: 4.400 € A estas cantidades habría que añadir, en su caso, las actuaciones relativas al local comercial/oficina (Rehabilitación/reforma/adquisición). Se aconseja, al menos en la fase inicial del proyecto, llegar a acuerdos comerciales con empresas logísticas para la distribución de los pedidos.
PERFIL DE EL/LA EMPRENDEDOR/A	Sería recomendable que esta actividad fuese desarrollada por alguien capaz de valorar adecuadamente el valor de los bienes para poder fijar luego su precio correcto. Además, es conveniente que tenga conocimientos de restauración ya que son bienes que pueden estar dañados y que necesiten reparación. Conocimientos en marketing y distribución on-line, así como habilidad para las relaciones públicas, serían igualmente importantes.
BARRERAS DE ENTRADA/SALIDA	<u>Barreras de entrada:</u> ✓ Necesidad de hacerse con un número considerable de antigüedades o, al menos, de localizarlas. ✓ Esfuerzo comercial inicial. ✓ Conocimientos mínimos de restauración requeridos. <u>Barreras de salida:</u> ✓ Salida del stock inventariado.
ASPECTOS CLAVE	Es esencial para el desarrollo de la actividad la posibilidad de conseguir un buen número inicial de artículos en estado de venta previamente al inicio de la actividad, con el objeto de disminuir los tiempos de arranque.

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Al crear una página web que realiza una actividad mercantil, debemos de seguir la Ley de Servicios de la Sociedad de Información de España (L.S.S.I.). Además, si se almacenan datos de usuarios en bases de datos hay que tener en cuenta la Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D)