



GONZALO JUNQUERA LORENZO
ENRIQUE NIETO LORENZO

Índice

Presentación del proyecto y de las personas emprendedoras	2
La idea de negocio	2
Forma jurídica	3
Puesta en marcha	3
Plan de producción.....	5
Plan económico-financiero.....	6
Estudio de mercado y los clientes	8
El entorno y la competencia.....	9
Estrategias de marketing.....	9
Recursos humanos	12
Evaluación y conclusiones	12
Bibliografía.....	14

Presentación del proyecto y de las personas emprendedoras

La idea surge de la necesidad de cubrir el vacío que existe en la realización de obras menores o “chapuzas” en casa por parte de los usuarios de la misma, los cuales no tienen interés en contratar profesionales para esas labores ya que no quieren gastar de más y tampoco tienen conocimientos para hacer el trabajo.

Para colaborar en el mantenimiento de las casas y mejorar la vida de las personas presentamos los manuales interactivos paso a paso que harán que cualquiera pueda hacer estos trabajos, ya que la alternativa sería que no arregla los desperfectos.

La idea de negocio

La idea de negocio es la creación, edición y venta de manuales digitales y físicos (bajo demanda) de bricolaje, reparación y mantenimiento para el hogar, el automóvil y demás, bajo el lema "Aprende a arreglarlo todo". El contenido se caracteriza por su enfoque práctico, visual y completo paso a paso.

El proyecto promueve la sostenibilidad al fomentar la reparación frente a la sustitución, extendiendo la vida útil de objetos (grifos, muebles, coches) y reduciendo la generación de residuos. La impresión bajo demanda de los manuales físicos también minimiza el stock innecesario.

La propuesta de valor y objetivo.

Propuesta de Valor: Proporcionamos guías de reparación completas, prácticas y accesibles, que ayudan a las personas con o sin conocimientos a ahorrar dinero en mano de obra y reducir su impacto ambiental al reparar en lugar de desechar.

Producto/Servicio: Manuales detallados (e-books, guías imprimibles, vídeos complementarios).

Necesidad que cubre: La necesidad de autonomía en el mantenimiento doméstico, el ahorro económico y la claridad ante la complejidad de tutoriales dispersos o incompletos en internet.

Ventajas Competitivas: La combinación de rigor técnico (validado por profesionales) y diseño intuitivo (fácil de seguir). Nuestro modelo de suscripción o venta por manual es más económico que contratar a un profesional.

Forma jurídica

Sociedad Limitada (S.L.).

Motivos:

- Responsabilidad Limitada: El patrimonio personal de los socios queda protegido de las deudas de la empresa.
- No está permitida la venta a terceros para proteger ese carácter personalista, es decir, los socios deben tener el control sobre quién entra en la sociedad.
- El capital social mínimo requerido es de 1€.
- Los salarios de los socios pueden ser desgravados.
- Mejor acceso a la financiación que en el caso de no tener una sociedad constituida.
- Tributa por el Impuesto sobre Sociedades (IS), es decir, que no se paga más por tener mayores beneficios, cosa que sí sucede con los profesionales autónomos.

N.º de socios: 2

Capital inicial: 3000€, al 50% por cada socio.

La relación es de socios profesionales con un acuerdo de gestión claro y roles bien definidos, lo que garantiza la eficiencia y reduce futuros conflictos.

Puesta en marcha

<https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/impuestos-sl>

Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores.

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: En la Agencia Tributaria (AEAT).

Presentación de la Declaración Censal (Modelo 036).

Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: En la Agencia Tributaria (AEAT).

Se utiliza para el alta, baja o modificación en el IAE (modelo 840)

Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA).

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: Tesorería General de la Seguridad Social.

Los dos socios de la empresa ya que hacen labores de dirección y gestión.

Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad.

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: Registro Mercantil Provincial.

Libros con documentos legales y de funcionamiento de la empresa.

Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: Registro Mercantil Provincial.

Libros para la gestión y llevar las cuentas de la empresa.

Obtención de un certificado electrónico.

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: Autoridades de certificación como la Real Casa de la Moneda.

Para realizar trámites con la administración de manera telemática.

Solicitar el nombre en el Registro Mercantil.

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: web del Registro Mercantil.

Indicando al menos el nombre completo de uno de los socios fundadores y cinco posibles nombres de la entidad según orden de preferencia.

Realizar la escritura pública de la constitución de la sociedad

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: notario.

En esta se incluyen los estatutos que regirán la sociedad. El notario posteriormente eleva a público estos documentos.

Solicitar el código de identificación fiscal (NIF)

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: Agencia Tributaria (AEAT).

<https://centregestor.es/nif-cif-empresa-como-obtenerlo/>

Aportar el capital social.

Abrir una cuenta bancaria con el NIF de la empresa e ingresar los 2000€.

Registro de signos distintivos (Marca/Nombre Comercial).

ÓRGANO EN EL QUE SE TRAMITA: Oficina Española de Patentes y Marcas.

Para estar protegidos antes copias de nuestros productos.

Plan de producción

El plan de producción y proveedores.

- **Listado de Bienes/Servicios:**
 1. Manuales digitales (e-book, PDF) por categoría (Fontanería, Electricidad, Mecánica básica, etc.).
 2. Suscripción *Premium* a biblioteca de manuales.
 3. Manuales físicos impresos (bajo demanda).
 4. Videos tutoriales de apoyo a los manuales.
 5. Página web con tienda donde poder comprar todo.
- **Medios Materiales Necesarios:** Ordenadores/portátiles, licencias de software de diseño y edición, equipo fotográfico y de video, servidor web, suscripción a plataforma de e-commerce.
- **Subcontratación:** Sí, se subcontratará la **asesoría legal, fiscal y contable** e inicialmente el **servicio de impresión física** (a un proveedor de impresión bajo demanda). También se subcontratará a profesionales como asesores con experiencia según el manual a realizar.
- **Relación con Proveedores:** Se optará por una **relación a largo plazo con pocos proveedores**, priorizando la **calidad del servicio y la fiabilidad de los plazos**. La característica más valorada es la **calidad del diseño/impresión** y la **rapidez** en la entrega.
- Para la impresión de los manuales usaremos como **proveedor** a Amazon que tiene un servicio de impresión llamado **kindle direct publishing**.

La gestión del almacén e inventarios.

- **¿Necesidad de almacén?** NO, inicialmente.
- **Método de Gestión de Inventarios:** Sistema **JIT (Just In Time)**.
 - Los manuales digitales no requieren *stock*.

- Los manuales físicos se gestionan mediante **impresión bajo demanda** a un tercero, solo se imprime cuando hay un pedido. Esto es un modelo sostenible que reduce costes y residuos de material.

Plan económico-financiero

Análisis de costes: costes fijos y costes variables.

- **Costes Fijos (CF):**
 - Seguridad Social de los Socios $80 \times 2 = 160\text{€/mes}$ (primeros 1-2 años)
 - Alquiler de la oficina = 0€ (Empezamos desde casa)
 - Servicio de Asesoría = 39€/mes
 - Servicios de hosting web = $2,99\text{€/mes}$ (1^{er} año, después $12,99\text{€/mes}$)
 - **CF Totales = $240,99\text{€/mes}$**
- **Costes Variables (CV):**
 - Coste de Impresión de manuales = $2,85\text{€/ud}$ *
 - Comisiones de venta Amazon = $0,99\text{€/ud}$ *
 - Costes de publicidad digital = 200€/mes (los primeros 3 meses)
 - Costes de transporte y envío = 1€/ud *
 - Consultorías a expertos = 100€/mes
 - **CV Totales = 300€/mes**
- **Costes Totales (CT):** $\text{CF} + \text{CV} = 540,99\text{€/mes}$

* El primer año no tendremos estos gastos ya que no vamos a vender el manual físico.

- **INVERSIONES:**
 - Aportación de Capital Social = 3000€ para hacer frente a los gastos anteriores más los equipos informáticos.
 - Compra de equipos informáticos = $450\text{€} \times 2 = 900\text{€}$
 - Depósito de Fianza de la oficina = 0€ (Empezamos desde casa)
- **GASTOS INICIALES (3 meses vista): $2891,97\text{€}$**
 - Costes totales = $540,99 \times 3 = 1622,97\text{€}$

- Alquiler de los primeros 3 meses = 0€ (Empezamos desde casa)
- Gasto de constitución de la S.L. (notaría, registro) = **369 €**

Plan de financiación.

- **Financiación Propia:** Cada socio aporta 1500€.

Estimación de impuestos.

- **Como S.L.:** Se está sometido al **Impuesto de Sociedades (IS)**, con un tipo impositivo general (actualmente 25%, al principio usaremos el tipo reducido del 15% para nuevas empresas, según legislación).
- **IVA:** El servicio principal (manuales digitales) está sujeto al tipo general de **21%**. Si se venden libros físicos, el tipo aplicable es el **4% (Superreducido)**.
- **Retenciones e ingresos a cuenta.** Una SL debe realizar retenciones a cuenta sobre ciertos pagos:
 - Retenciones a trabajadores sobre sus salarios.
 - Retenciones a profesionales, colaboradores y proveedores sobre facturas de autónomos.
 - Retenciones sobre alquileres.
 - Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) a trabajadores, aplicado a los salarios y sueldos.
 - Retenciones a autónomos, las cuales, normalmente, son de un 15%.
 - Retenciones sobre alquileres, que suelen ser de un 19% sobre el importe del arrendamiento.
- **IRPF.** Las retenciones de IRPF que realiza una empresa se realizan sobre los salarios de los empleados y sobre los pagos a socios y administradores.
- **Impuestos locales.** Dependiendo de la comunidad en la que opere, una SL podrá también enfrentarse al pago de:
 - Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), que es obligatorio para empresas con una cifra de negocio superior a 1 millón de euros.
 - Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI), que grava si la empresa es propietaria de bienes inmuebles. En este tributo el porcentaje va desde el 0,4% hasta el 0,11%.

Estudio de mercado y los clientes

Tipo de mercado:

La idea inicial sería conseguir tener un mercado de monopolio, pero por la naturaleza de nuestro producto, al ser manuales es fácil tener competencia en otras páginas de tutoriales.

Por lo anterior considero que nuestro mercado será competencia monopolística ya que hay pocas barreras de entrada por lo que tendremos competidores, pero la idea es ir generando una marca fuerte a base de ayudar a mucha gente con manuales de calidad, de esa forma podremos mantener los precios ya que seremos la primera opción.

Segmentación del mercado:

El primer criterio es el demográfico, ya que vamos orientados a personas de 20-60 años aproximadamente, el objetivo es gente que pueda manejar herramientas y que no tenga problemas de movilidad, básicamente que no tenga problemas para hacer cualquier cosa ya que de otra forma en vez de adquirir un manual delegaría en alguien contratándolo, por eso el rango de edad, aunque en realidad puede ser cualquiera con ganas de arreglar su vida.

El segundo criterio es el económico, el objetivo es gente con nivel medio bajo que quieran ahorrar en las tareas de mantenimiento de su casa, coche, etc. Los manuales por lo menos de primeras tendrán un coste contenido, calculado para que salga más barato los materiales y manuales que contratar a un profesional, ya que de otra forma la gente contrataría a alguien o no haría los mantenimientos.

El tercer criterio es el psicológico, el objetivo es tocar el sentimiento de la gente de realización cuando son ellos los que realizan las tareas, también podemos incluir cierto nivel de gaming con una lista de objetivos a cumplir mientras están siguiendo el manual.

Estudio del cliente objetivo:

- Edad: 20-60 años.
- Datos económicos: renta media o baja con disposición a pagar.
- Gustos: Le gusta tener sus propiedades en buen estado y además siente satisfacción por hacer cosas él mismo.
- Hábitos: Valora el conseguir de forma inmediata el manual y el hecho de facilitarle donde conseguir en su zona rápidamente los materiales y herramientas.
- ¿Por qué compran?: Busca seguridad a la hora de saber cómo hacer la reparación, valora su tiempo y le sale más barato que contratar a alguien.

El entorno y la competencia

Queda sin estudiar.

Estrategias de marketing

Estrategia de posicionamiento

Nuestro producto queremos encajarlo en el hueco de facilidad de uso y que le ahorre tiempo al cliente de tener que buscar varios tutoriales por YouTube u otras páginas o en caso de buscar a profesionales también cuesta encontrarlos actualmente



El objetivo principal es que la experiencia de usuario sea lo más satisfactoria, eficiente y gratificante posible.

Estrategia de producto

Ejemplo de manual aquí:

<https://gonzalojunlor.ieslossauces.es/GJLIPE2ProyectoIPE2/manual.html>

Nuestros manuales son concisos ya que se enfocan en hacer una tarea o trabajo específico como el de arreglar grietas del ejemplo. La estrategia aquí es la transparencia en cuanto a indicar los tiempos para realizar el trabajo y un sistema de niveles con el cual el cliente en cuanto ha usado un par de nuestros manuales ya sabe en qué manuales encaja mejor de primeras, pero como son didácticos irá aprendiendo y eso hará que sienta que va mejorando en sus habilidades.

Con la satisfacción del cliente queremos conseguir que nuestra marca se asocie a tranquilidad y confianza, todo esto para conseguir una imagen fuerte.

Nuestra diferenciación consiste en que los manuales están validados por profesionales alejándose del desorden de los tutoriales gratuitos.

Estrategia de precio

Aquí vamos a seguir varias estrategias a la vez:

- **Precio gancho:** la idea es promocionar los manuales más baratos (a partir de 10€) y que a su vez son más sencillos para que sienta que son útiles ya que pueden seguirlos cualquiera y después ya se le presenta el resto de manuales más caros (más de 10€, hasta 100€).

- **Precio paquete:** este va relacionado con el anterior, ya que los manuales son concisos en un trabajo o tarea específica hay muchos que son del mismo tema, por lo que para dar sensación de ahorro en la compra de varios respecto a ir comprándolos individualmente, vamos crear distintos paquetes temáticos y por niveles de dificultad. Por ejemplo, un paquete de 10 manuales a 80€ en vez de a 100€.

- **Precio descuento:** ya el de paquete implica que hay descuento respecto a comprarlos por separado, pero a mayores haremos distintos descuentos en fechas como navidad, rebajas, Black Friday, etc. con paquetes temáticos de esos momentos. La idea es aplicar descuentos a los productos existentes de un 5-10% como mucho.

La promoción

La vamos a realizar principalmente por **internet**, irónicamente el primer sitio será en **YouTube** con la intención de que le salga a la gente que ya ve videos de reformas, arreglos, etc., haciendo que salga un anuncio antes del video y el banner a la derecha, el objetivo en este caso sería que compare con el video y llegue a la conclusión de que le sale más barato usar los manuales que seguir viendo videos.

El segundo sitio será de nuevo con **publicidad estática** pero esta vez en webs de materiales y herramientas como **Leroy Merlin, Bricomart, etc.** Aquí de nuevo ya hay gente interesada en arreglarse las cosas ella misma por lo que se incluye en nuestro cliente objetivo.

Relacionado con éste está el SEO de Google para aparecer en los primeros resultados de Google cuando alguien busca como arreglar lo que sea le salga un manual específico para esa situación.

Un tercer punto (sería en fases más avanzadas de la empresa) serían en establecimientos físicos como ferreterías, etc. dejando octavillas de nuestra web y la posibilidad de conseguir manuales en papel para aquellas personas que no se apañan con lo digital.

Estrategia de distribución

La principal será un canal directo desde **nuestra web** donde habrá un apartado de tienda para comprar el/los manuales que quieran y recibirlos por email inmediatamente. Para este mecanismo tiene que funcionar todo el marketing digital anterior.

Otro sistema de distribución será a través de **Amazon con el formato de libro en e-book** y demás páginas de libros digitales, aquí se busca tanto venderlos como hacer un poco de publicidad al aparecer nuestros manuales mezclados con libros de temas parecidos.

El último sistema de distribución es directo en **físico** también en **nuestra web** e indirecto a través de **Amazon**, pero libro físico a pedir y en establecimientos físicos que además de la publicidad anterior estarán los manuales repartidos por la **ferretería** en las distintas secciones los manuales acordes a esa sección, ya que los establecimientos un poco grandes suelen repartir así su espacio.

Atención al cliente

Nuestros manuales no son un producto que necesite actualizaciones, reemplazos y una vez hechos no se pueden estropear por lo que la atención al cliente se va reducir a poner contacto en nuestra web y contestar nosotros directamente, ya que se prevé que consista principalmente en resolver dudas antes de comprar lo que sería más bien marketing que en resolver problemas después de comprar.

En el momento en que empecemos con manuales en físico se considerará contratar a alguien que se encargue de problemas en los envíos en caso de que hubiera demasiados contactos o problemas con los clientes.

Recursos humanos

Gonzalo Junquera Lorenzo	Director creativo para el control de calidad y realización de los manuales.
Enrique Nieto Lorenzo	Director de marketing y comunicación con el cliente.

Evaluación y conclusiones

Viabilidad Económica y Operativa

Tras el análisis realizado, el proyecto demuestra una alta viabilidad financiera debido a su estructura de costes extremadamente delgada (Lean Startup). Al iniciar la actividad desde el propio domicilio y apostar por productos digitales e impresión bajo demanda (JIT), el riesgo de pérdida de capital es mínimo.

- El punto de equilibrio (umbral de rentabilidad) es bajo, ya que los costes fijos mensuales (240,99€) pueden cubrirse con la venta de un volumen reducido de manuales o suscripciones.
- La escalabilidad es prácticamente ilimitada: el coste de vender el manual número 1 es similar al del manual número 1.000, lo que permite un crecimiento exponencial de los beneficios una vez consolidada la marca.

Impacto y Valor Diferencial

La propuesta de valor no solo responde a una necesidad económica de los usuarios (ahorro en mano de obra), sino que se alinea con las tendencias actuales de consumo responsable. Fomentamos la cultura de la reparación frente a la obsolescencia. El usuario paga por la seguridad de que el proceso ha sido validado por un experto, evitando errores costosos.

Debilidades y Desafíos

El principal reto identificado es la barrera de entrada de competidores y el posicionamiento SEO. Al ser un mercado de competencia monopolística, la inversión en marketing digital y la creación de una comunidad de usuarios fiel serán críticas durante los primeros 12 meses

Conclusión Final

El proyecto "Aprende a arreglarlo todo" es una oportunidad de negocio robusta, con una inversión inicial asequible (1.500€ por socio) y un modelo de gestión sencillo bajo la forma de Sociedad Limitada. La combinación de contenidos digitales concisos y una estrategia de precios psicológica (precios gancho y paquetes) nos permitirá penetrar en el mercado de forma efectiva.

Estamos convencidos de que ayudar a las personas a ser más autónomas en su hogar no solo es un negocio rentable, sino un servicio necesario para mejorar la calidad de vida y la economía doméstica de nuestros clientes.

Bibliografía

<https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/impuestos-sl>

Apuntes de Itinerario para la empleabilidad II

GUION PROYECTO DE EMPRESA_25_26

<https://www.hostalia.com/hosting/#planes>

https://kdp.amazon.com/es_ES/publish

https://kdp.amazon.com/es_ES/help/topic/G201834340

<https://sell.amazon.es/precios>

<https://www.easesoronline.com/tarifas-planas-asesoramiento/tarifas/>

<https://www.infoautonomos.com/seguridad-social/cuota-autonomos-societarios/>

<https://www.pccomponentes.com/portatil-asus-vivobook-go-15-e1504fa-r57blhdps2-amd-ryzen-5-7520u-16gb-512gb-ssd-156-pt>