

Consultoría medioambiental

*NAS COMARCAS DA MARIÑA LUCENSE
E CONCELLO DE RIORTORTO

30*



Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Uso de la guía y ámbito de análisis.....	4
2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO.....	4
3. PRINCIPALES CONCLUSIONES	9
4. EL CONTEXTO SECTORIAL.....	10
4.1. La industria del medio ambiente.....	11
5. EL MERCADO DE LA CONSULTORÍA MEDIOAMBIENTAL.....	19
5.1. Estructura de la actividad	19
5.1.1. Evolución en la creación de empresas	20
5.1.2. Tamaño del mercado.....	20
5.1.3. Previsiones para el futuro.....	21
5.2. Análisis competitivo.....	25
5.2.1. Análisis de las empresas competidoras	26
5.2.2. Análisis de los competidores potenciales	27
5.2.3. Productos sustitutivos	28
5.2.4. Análisis de los clientes.....	29
5.2.5. Análisis de los proveedores	32
5.3. Marketing.....	33
5.3.1. Producto.....	34
5.3.2. Precio	35
5.3.3. Fuerza de ventas.....	35
5.3.4. Promoción	36
5.4. Análisis económico-financiero	37
5.4.1. Inversiones.....	38
5.4.2. Gastos	39
5.4.3. Previsiones de ingresos	40
5.4.4. Estructura de la cuenta de resultados	41
5.4.5. Financiación.....	44
5.5. Recursos humanos	45
5.5.1. Perfil profesional	46
5.5.2. Estructura organizativa.....	48
5.5.3. Servicios exteriores	48
5.5.4. Convenios colectivos aplicables	48

6. VARIOS.....	49
6.1. Regímenes fiscales preferentes	49
6.2. Normas sectoriales de aplicación.....	50
6.3. Ayudas	52
6.4. Organismos	53
6.4.1. Organismos oficiales	53
6.4.2. Asociaciones profesionales	54
6.4.3. Centros de estudios.....	55
6.5. Páginas útiles en Internet.....	56
6.6. Bibliografía	56
6.7. Glosario	57
7. ANEXOS	59
7.1. Anexo de información estadística de interés.....	59
7.2. Anexo de ferias	61
7.3. Anexo sobre modalidades de contratación.....	62
7.4. Anexo de formación.....	62
7.5. Anexo de ayudas	69
7.6. Anexo de proveedores.....	69
7.7. Anexo de páginas web de interés	77
7.8. Reflexiones para hacer el estudio de mercado.....	79
8. NOTA DE LOS AUTORES	81

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividade a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del **Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia**, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Este proyecto surge con el objetivo de mostrar, a los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo, la metodología necesaria para analizar la potencialidad de las distintas actividades en sus respectivas zonas de actuación a través de las Guías de Actividade Empresarial, ya que ellos son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social (es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social), y, por otra parte, las Guías de Actividade se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

1.1. Uso de la guía y ámbito de análisis

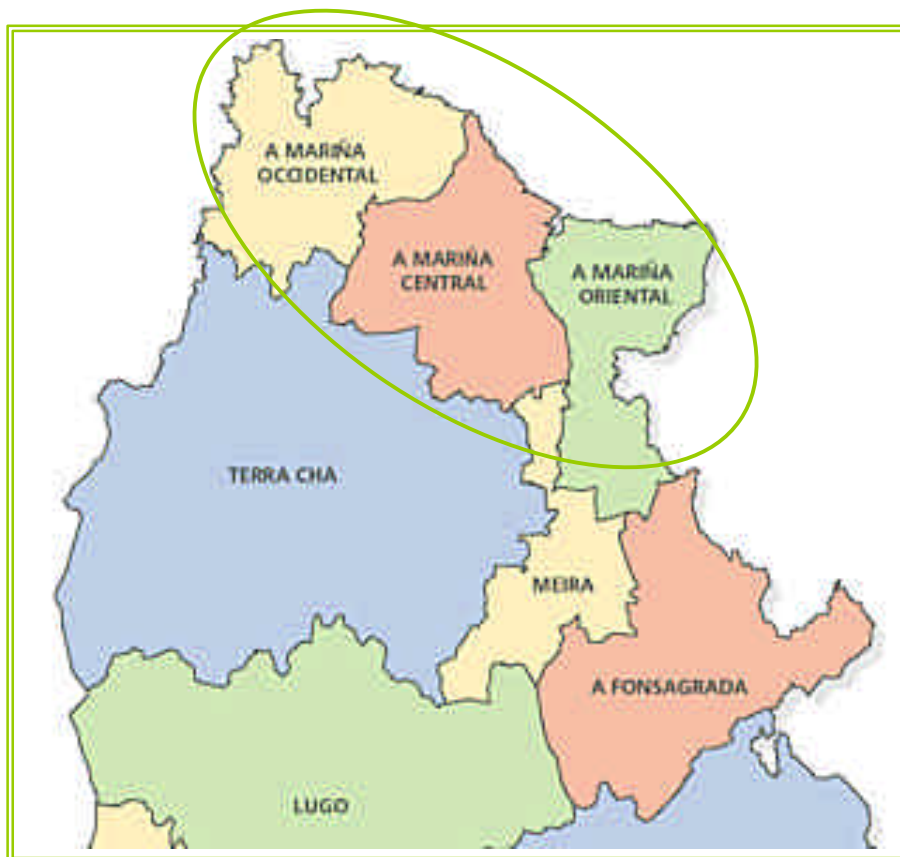
El objetivo de este documento es adaptar la información contenida en la guía de **Consultoría Medioambiental** a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

El siguiente documento es el resultado del trabajo realizado por los técnicos locales de empleo de los municipios de las Comarcas de la Mariña Lucense y el Concello de Riotorto que forman parte de la Rede de Técnicos de Emprego coordinada por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como de los técnicos de los Grupos de Acción Local que en la actualidad están desarrollando las iniciativas comunitarias: PRODER II (MARIÑA OCCIDENTAL) y LEADER + (TERRAS DE MIRANDA).

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Consultoría Medioambiental realizada para Galicia, que puedes está a tu disposición en la web: <http://guias.bicgalicia.es>.

Son 16 los municipios los que forman la zona objeto de este estudio: ocho costeros que son Ribadeo, Barreiros, Foz, Burela, Cervo, Xove, Viveiro y O Vicedo y los restantes, los ayuntamientos de Trabada, A Pontenova, Lourenzá, Mondoñedo, Alfoz, O Valadouro, Riotorto y Ourol, son de interior.

Dichos municipios pertenecen a tres comarcas que son las que forman A Mariña Lucense, salvo el de Riotorto que pertenece a Meira.



2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO

Una consultoría medioambiental es una empresa de servicios cuyas actividades se orientan a satisfacer las necesidades que tienen sus clientes en los distintos sectores medioambientales.

Las actividades de una consultora son muy diversas: estudios de impacto medioambiental, implantación de sistemas de gestión medioambiental, evaluación de riesgos, análisis de aguas residuales, planificación forestal, etc.

En muchas ocasiones, necesitan la colaboración de empresas de ingeniería para desarrollar sus proyectos. Un claro ejemplo de esto es el desarrollo de proyectos para el tratamiento de aguas residuales, en los que las dos empresas unen sus esfuerzos para desarrollar un plan que le permita al cliente minimizar sus aguas residuales y su eliminación más conveniente desde un punto de vista ecológico.

El desarrollo de políticas medioambientales cada vez más rigurosas, unido a la concienciación medioambiental en la población, hace que nazcan una serie de nuevas necesidades, tanto en las empresas como en la Administración Pública. Las consultoras surgen para satisfacer algunas de estas necesidades.

Dentro de las consultoras medioambientales nos encontramos con dos perfiles de empresa totalmente distintos:

- Las consultoras técnicas: Son empresas que realizan análisis medioambientales de carácter técnico. En muchas ocasiones precisan el apoyo de la ingeniería para el desarrollo de sus proyectos. Estas empresas pueden actuar en cualquiera de los sectores de la industria del medio ambiente (agua, residuos, energía, atmósfera, forestal o sectores emergentes), aunque lo habitual es que se especialicen en uno de ellos.

Dentro de éstas, las más habituales son las relacionadas con el sector del agua y de los residuos, ya que son los sectores más desarrollados de la industria del medio ambiente. Se prevé el desarrollo de consultoras en el resto de los sectores a medida que se incremente la concienciación de la población en materia medioambiental.

Estas empresas, en un momento determinado, también pueden realizar las mismas actividades que una consultora general en el área de medio ambiente.

- Las consultoras generales: Este tipo de empresas suelen ser consultoras empresariales que, para poder prestar un mejor servicio a sus clientes, deciden ampliar los servicios que prestan hacia actividades medioambientales. Estos servicios se centran en auditorías medioambientales, preparación de la empresa para la obtención de certificaciones medioambientales (ISO 14000) y de calidad (ISO 9000), implantación de sistemas de calidad total, prevención de riesgos, etc.

A raíz de las entrevistas realizadas en el sector y la demanda actual que se percibe en el mercado, el perfil de empresa que definimos para la realización de esta Guía es la de una consultora cuya cifra de negocios procede básicamente de la realización de auditorías y certificaciones medioambientales, pero que también se dedica a la realización de proyectos técnicos para las empresas.

Para delimitar esta actividad desde el punto de vista estadístico debemos atender al tipo de actividades que realiza. Dentro de la Clasificación Nacional de Actividades (CNAE-93), la consultoría técnica se englobaría en el epígrafe 73.10 *Investigación y desarrollo sobre ciencias naturales y técnicas*, pero si se tratara de una consultoría general su epígrafe sería el 74.84 *Otras actividades empresariales*.

Adicionalmente, existe otro sistema de clasificación llamado SIC (Standard Industrial Classification). En esta clasificación tampoco se le asigna un código específico, por lo que se agrupa dentro de lo que podríamos llamar un *cajón de sastre estadístico*. En los siguientes cuadros resumimos estas clasificaciones estadísticas:

Consultoría técnica

CNAE-93	SIC
73 Investigación y desarrollo	73 Servicios comerciales
73.1 Investigación y desarrollo sobre ciencias naturales y técnicas	73.91 Laboratorio I+D
73.10 Investigación y desarrollo sobre ciencias naturales y técnicas	

Consultoría general

CNAE-93	SIC
74 Otras actividades empresariales	73 Servicios comerciales
74.8 Actividades empresariales diversas	73.99 Otras actividades empresariales
74.84 Otras actividades empresariales	

Para el desarrollo de esta Guía nos centraremos en un perfil de empresa cuyos rasgos característicos exponemos en el siguiente cuadro:

CARACTERÍSTICAS DE LA CONSULTORA MEDIOAMBIENTAL	
CNAE/SIC	74.84 / 73.99.
IAE	84.39.
Condición jurídica	Sociedad (Civil, Limitada o Anónima).
Facturación	120.202,41 euros.
Ubicación	Zonas urbanas con buenas comunicaciones.
Personal y estructura organizativa	3 personas (dos emprendedores y una persona de apoyo).
Instalaciones	Oficina de 60 m ² con tres puestos de trabajo y una sala de juntas.
Clientes	Administraciones Públicas y PYMES.
Cartera de productos	Realización de auditorías medioambientales,

	certificaciones, realización de proyectos.
Herramientas de promoción	Labor comercial y <i>boca a boca</i> .
Valor del inmovilizado/inversión	17.729,86 euros.
Importe de gastos	83.624,45 euros.
Beneficio bruto (%)	15,43 %.

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- La consultoría medioambiental es una de las actividades que se integran dentro de la industria del medio ambiente.
- El crecimiento que ha experimentado esta actividad a lo largo de los últimos años ha sido exponencial y se prevé un comportamiento similar en los próximos años. Este crecimiento se vio favorecido por el auge del ciclo económico que se vivió en los últimos años y por el incremento de la concienciación medioambiental.
- La consultoría medioambiental puede desarrollarse en cualquiera de los sectores del medio ambiente, aunque los más desarrollados son los de agua y residuos.
- Las empresas que operan en el sector están polarizadas entre grandes multinacionales con departamentos de medio ambiente y empresas de pequeña dimensión que prestan servicios más especializados.
- En Galicia, las consultoras se concentran en los núcleos urbanos de las provincias de A Coruña y Pontevedra principalmente. En la Mariña Lucense no existe ninguna consultora medioambiental.
- Los clientes de las consultoras medioambientales son, mayoritariamente, empresas de tamaño medio y administraciones públicas.
- Los motivos por los que las empresas recurren a los servicios de las consultoras son la adaptación a la legislación y la mejora de su imagen.
- Las claves del éxito en estas empresas son el acercamiento a las PYMES y la especialización.
- Los servicios que pueden prestar son diversos, ya que, además de cuestiones medioambientales, suelen ofrecer servicios relacionados con certificaciones de calidad y prevención de riesgos.
- Los precios de los servicios se establecen a través de un presupuesto. Para la elaboración del mismo debe tenerse en consideración el tamaño de la empresa y la complejidad del proyecto.
- El volumen de inversión para comenzar a operar en esta actividad es bajo.
- El sector está altamente cualificado. Es habitual la presencia de profesionales con títulos especializados en materia de medio ambiente.

4. EL CONTEXTO SECTORIAL

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS SECTORES QUE SE INCLUYEN DENTRO DE LA INDUSTRIA DEL MEDIO AMBIENTE.**
- > **PRINCIPALES MAGNITUDES MACROECONÓMICAS DE LA INDUSTRIA: EMPLEO, FACTURACIÓN, ETC.**
- > **SITUACIÓN DE LAS CONSULTORAS MEDIOAMBIENTALES EN GALICIA.**

El análisis del contexto sectorial arroja las siguientes conclusiones básicas:

- **La consultoría medioambiental es una de las actividades que está englobada dentro de la industria del medio ambiente.**
- **Esta actividad puede desarrollarse en cualquiera de los sectores del medio ambiente, si bien lo más habitual es que lo haga en el sector del agua y de los residuos.**
- **Las empresas de consultoría tienen tamaños muy dispares que van desde grandes multinacionales a pequeñas empresas. Esto hace que las medias de la actividad no sean demasiado representativas.**
- **La sensibilización medioambiental de las empresas se puede medir a través del grado de implantación de los sistemas de gestión medioambiental (ISO 14000). En Galicia, las comarcas de A Coruña y Vigo son las que tienen un mayor número de empresas con este sistema implantado.**

4.1. La industria del medio ambiente

*¿Qué actividades se desarrollan dentro de esta industria?
¿Cuál ha sido su evolución en los últimos años?*

En la mayoría de los países occidentales, el sector medioambiental ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años. En un primer momento, este crecimiento se reducía a los servicios de depuración de aguas residuales y gestión de residuos, pero han ido surgiendo nuevas oportunidades de mercado debido a la creciente presión de la legislación en materia medioambiental, a la innovación tecnológica y a la preocupación pública por el impacto de actividades y productos sobre el medio ambiente.

Dentro de la industria del medio ambiente se distinguen varios sectores. La clasificación de los mismos se basa en el ámbito material en el que desarrollan sus actividades. Los sectores que integran la industria del medio ambiente son:

- Agua.
- Atmósfera.
- Energía.
- Forestal.
- Residuos.
- Sectores emergentes, dentro de los cuales están el turismo rural y la agricultura ecológica.

Al ser una industria tan reciente, existen discrepancias sobre qué actividades se encuentran integradas dentro de la misma y cuáles pertenecen a otros sectores. En el siguiente cuadro te mostramos los subsectores que se consideran medioambientales según distintas organizaciones. En él podrás comprobar cómo todas ellas coinciden en señalar la consultoría medioambiental como una parte integrante de la industria del medio ambiente.

Cuadro 1: Subsectores medioambientales según distintos organismos internacionales

SUBSECTORES MEDIOAMBIENTALES	OCDE/ EUROSTAT	EBI / EPA	OTROS
Control de contaminación			
Tratamiento de aguas residuales			
Gestión de residuos			
Descontaminación suelo y aguas			
Control de ruido y vibraciones			
I +D medioambiental			
Análisis y motorización			
Ingeniería y consultoría			
Instrumentos y sistemas de información			

Captación de aguas			
Abastecimiento			
Potabilización			
Energías renovables			
Limpieza viaria			
Sector forestal			
Ahorro de energía			
Conservación del paisaje			
Turismo rural			
Residuos nucleares			
Formación y educación			
Agricultura ecológica			

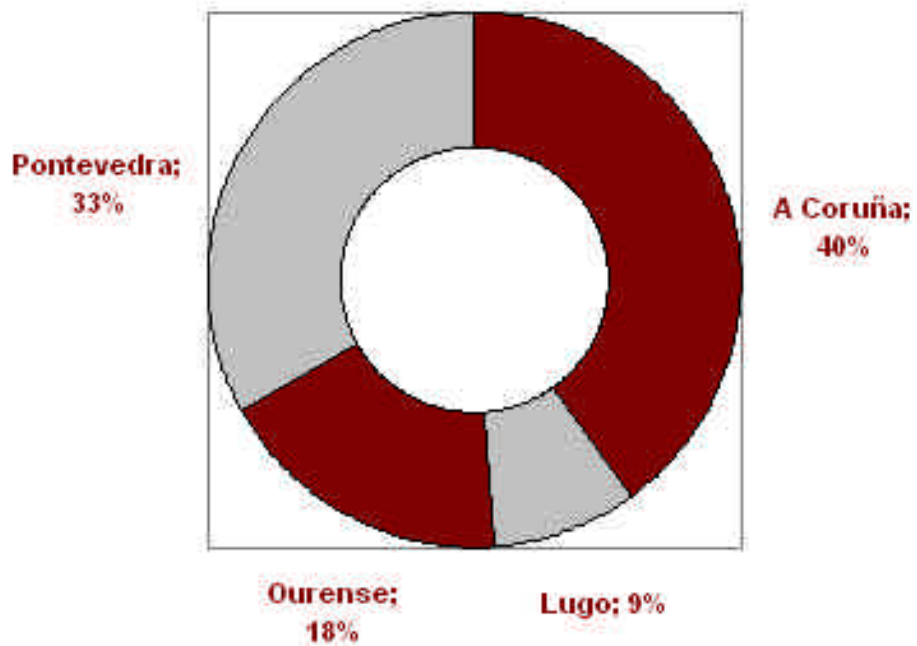
Ministerio de Medio Ambiente. EBI: Environmental Business Internacional. EPA: Environmental Protection Agency.

Fuente.: Informe sobre la coyuntura económica del sector medioambiental.

Dentro de estos subsectores pueden desarrollarse múltiples actividades medioambientales relacionadas con la prevención, gestión y corrección de los efectos que inciden sobre el medio ambiente.

En cuanto a la localización de las consultoras medioambientales en Galicia, hemos tomado una muestra de empresas consultoras de un directorio telefónico y, a partir de ella, hemos obtenido su distribución territorial. En este análisis hemos podido constatar que la mayoría de las empresas se localizan en las provincias de A Coruña y Pontevedra y, dentro de ellas, en los núcleos urbanos más importantes: A Coruña, Santiago y Vigo. Las consultoras de las provincias de Lugo y Ourense se sitúan en las capitales de estas provincias. Puedes ver los resultados de este análisis en la siguiente gráfica:

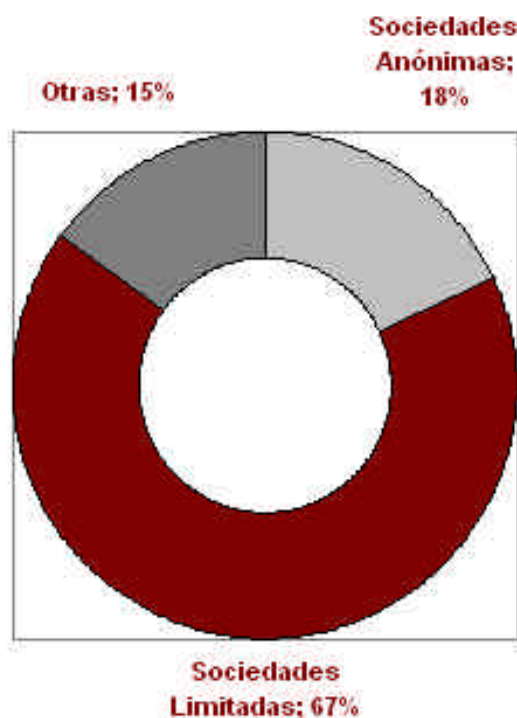
Cuadro 2: Gráfica de la distribución geográfica de las consultoras, Galicia, 2002 (%)



Fuente: Elaboración propia

Para analizar la condición jurídica de las empresas de consultoría medioambiental podemos partir de la idea de que todas las consultoras de tamaño similar van a tener la misma forma jurídica, independientemente de las actividades a las que se dediquen. A partir de esto, tomamos de un directorio telefónico una muestra de 108 consultoras y analizamos la forma jurídica de estas empresas. Los resultados puedes verlos en la siguiente gráfica:

Cuadro 3: Gráfica de la condición jurídica de las consultoras, Galicia, 2002 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de directorios

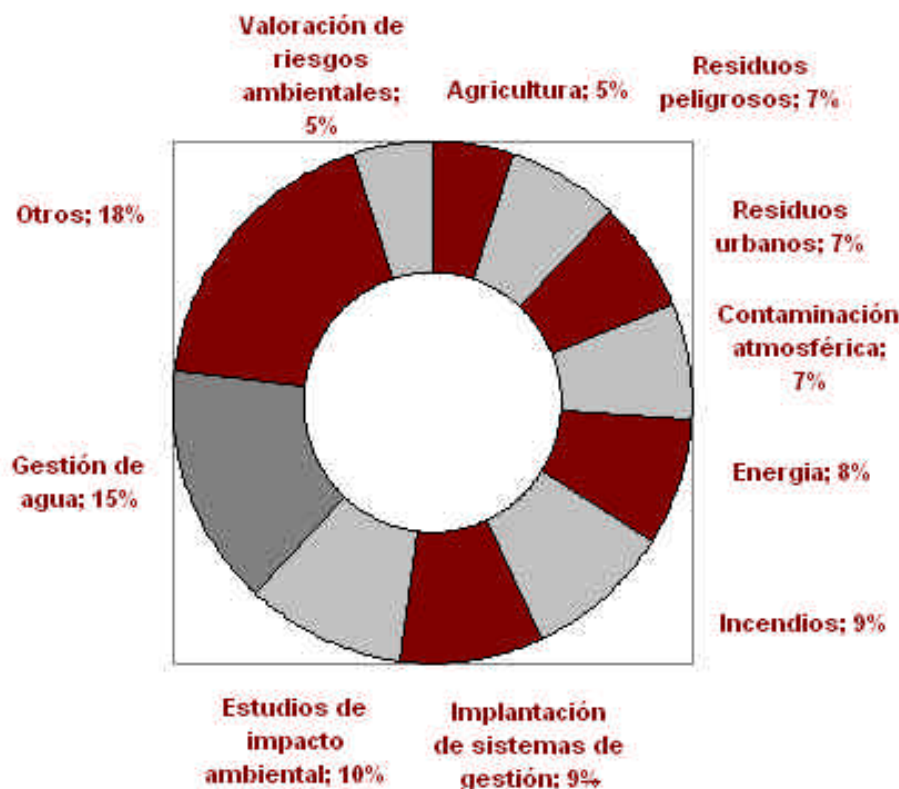
Como puedes comprobar, una amplia mayoría optan por la forma de Sociedad Limitada. Dentro de otras recogemos formas jurídicas diversas como Autónomos y Sociedad Cooperativa, ya que debido a el bajo número de empresas que adoptaban esta forma, resultaba más conveniente su agregación para la realización del análisis.

Las empresas que adoptan la forma de Sociedad Anónima son empresas que tienen un tamaño medio-grande.

En cuanto a la facturación, resulta complicado dar una cifra única debido a la diversidad de tamaños de empresas dentro de la consultoría, ya que dependerá sensiblemente del tamaño de la empresa. A raíz de las entrevistas realizadas y del análisis de las consultoras que figuran en la base Ardán, podemos establecer que la mayor parte de las consultoras, con un tamaño similar al que hemos establecido como empresa tipo, presentan una facturación que oscila entre los 90.000 y los 150.000 euros. Si bien éste es un intervalo muy amplio, no es posible concretar más debido a las circunstancias que hemos mencionado anteriormente.

Lo que sí podemos analizar son las actividades que constituyen la principal fuente de negocio para estas empresas y, aunque los datos que tenemos son de España, los podemos extrapolar a Galicia. Estos datos te los mostramos en la siguiente gráfica:

Cuadro 4: Gráfica del origen de la facturación en las empresas del subsector de la consultoría medioambiental, España, 1999 (%)



Fuente: Empleo y formación en el sector del medio ambiente en España. Fundación Entorno 2000

Es difícil conocer con exactitud el número de personas ocupadas en el empleo verde debido a la diversidad de sectores vinculados. Para poder obtener alguna conclusión sobre cuál es la cifra de trabajadores habitual en las empresas de este tipo, hemos recurrido a la base Ardán. En ella, hemos seleccionado una muestra de ochenta empresas. Para ello, hemos escogido aquellas que pertenecían al epígrafe 7391 *Laboratorios de investigación y desarrollo* y, dentro de las del epígrafe 7399 *Servicios comerciales sc*, elegimos aquellas que estaban relacionadas con el medio ambiente.

A través de esta muestra pudimos comprobar que el 55% de las mismas tienen entre uno y tres empleados y que estas cifras de personal aumentan con la facturación de la empresa.

Es difícil estimar el nivel de sensibilización que tienen las empresas gallegas hacia el medio ambiente. En el siguiente cuadro podemos ver la clasificación que realiza la Fundación Entorno de las empresas españolas en función a su actitud hacia el medio ambiente. En dicho cuadro vemos que de forma mayoritaria la empresa española se define a sí misma como proactiva (63,5%), frente al 42,7% que lo hicieron en 1999. Ninguna empresa en la actualidad afirma tener una actitud negativa en lo relativo al medio ambiente y la sostenibilidad.

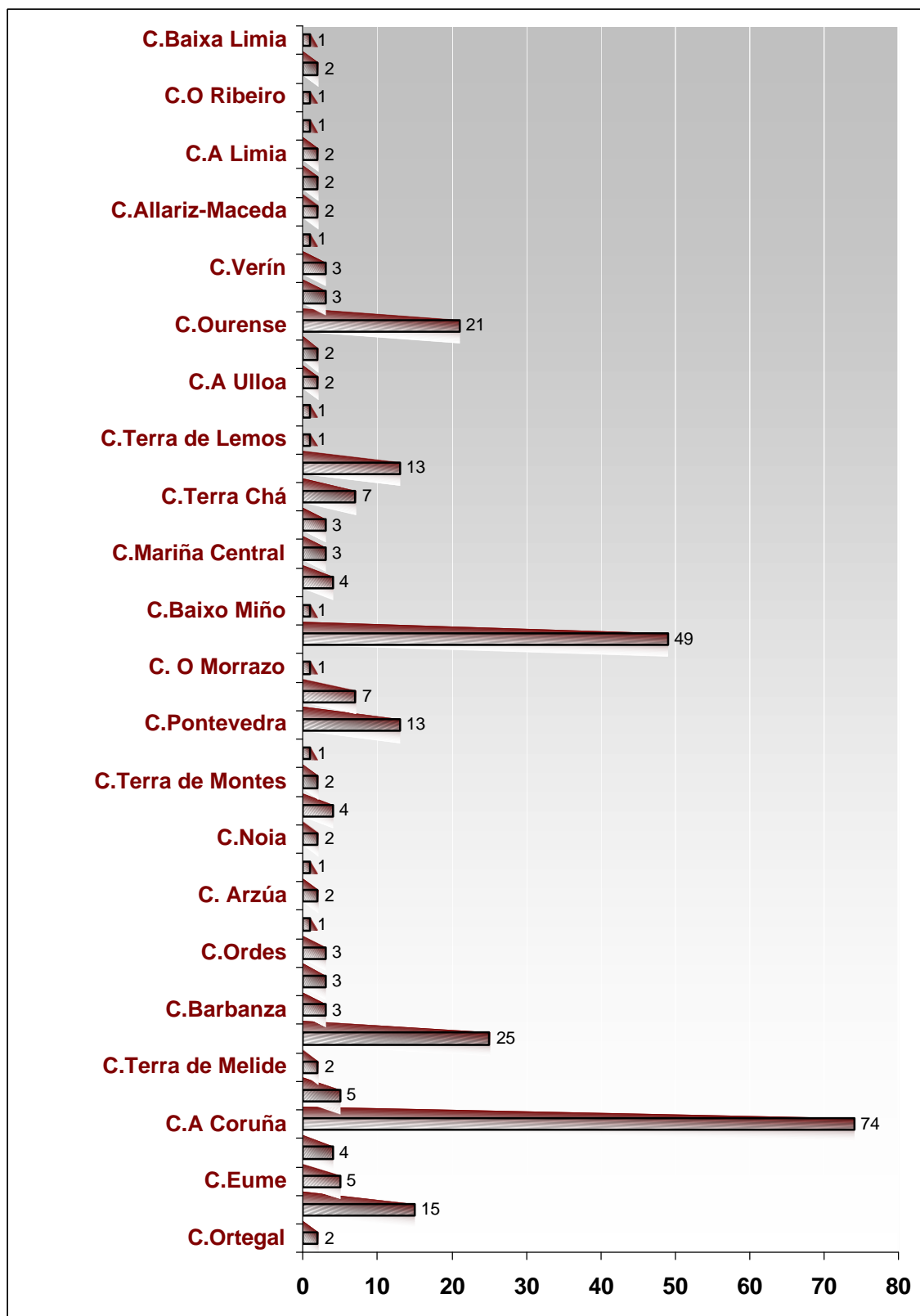
ESCALA DE COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE	TIPO DE ACTITUD/EMPRESA	% EMPRESAS
	Negativa: <i>El medio ambiente es una amenaza.</i>	0%
	Pasiva-indiferente: <i>El medio ambiente no cuenta en la gestión empresarial.</i>	6,5%

Reactiva: <i>El medio ambiente impone unas obligaciones que hay que cumplir para evitar problemas.</i>	21,5%
Proactiva: <i>El medio ambiente está integrado en la gestión de la empresa.</i>	63,5%
Líder: <i>El medio ambiente es un factor estratégico para la empresa.</i>	7%

Informe 2003 de la Gestión Ambiental de la Empresa Española. Fundación Entorno.

La sensibilización medioambiental en las empresas también puede medirse a través del grado de implantación de los sistemas de gestión medioambiental (ISO 14.000). En Galicia, la comarca en la que un mayor porcentaje de empresas tienen implantado dicho sistema es A Coruña, seguida de Vigo. En la provincia de Lugo, podemos observar que la franja costera unida a la comarca de Terra Cha reúne el mayor número de empresas con este sistema de gestión medioambiental. A continuación se muestra un cuadro con estas cifras.

Cuadro 5: Gráfico de la distribución geográfica de empresas con ISO 14.000, Galicia 2004, (número de certificados)



Fuente: AENOR. Información sobre certificación en Galicia según normas UNE-EN-ISO 9.000 y 14.000.

Los principales motivos por los que las empresas adoptan políticas medioambientales son básicamente los siguientes:

1. La adaptación a la legislación medioambiental.

2. La mejora de la imagen de la empresa.
3. El incremento en la rentabilidad a causa de mejoras en la productividad.
4. Ventajas frente a los competidores.
5. Ayudas y subvenciones.
6. Temor a las sanciones por incumplimientos legales.
7. Exenciones fiscales.
8. Mejoras en la seguridad en el trabajo.
9. Reducción en el consumo de materia prima.
10. Reducción del impacto medioambiental.

5. EL MERCADO DE LA CONSULTORÍA MEDIOAMBIENTAL

5.1. Estructura de la actividad

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **TU MERCADO, SUS CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN**
- > **LOS FACTORES CONDICIONANTES EN LA VIABILIDAD DEL PROYECTO (PUNTOS FUERTES, DÉBILES, AMENAZAS Y OPORTUNIDADES).**

El análisis de este capítulo arroja las siguientes conclusiones básicas:

- **En la Mariña Lucense no existe ninguna consultora medioambiental.**
- **La demanda de servicios de consultoría medioambiental está creciendo de manera exponencial debido, principalmente, a una mayor concienciación de las empresas respecto las cuestiones medioambientales**

5.1.1. Evolución en la creación de empresas

¿Resulta atractivo el mercado de la consultoría medioambiental para crear nuevas empresas?

En la Mariña Lucense no existe ninguna empresa de consultoría medioambiental por el momento y, debido a la confusión de términos a la hora de hablar de consultorías medioambientales, no resulta posible establecer una cifra de empresas que se dedican a esta actividad ni la evolución de las mismas a nivel provincial o autonómico.

El motivo de esta confusión se debe a que, si bien todas las empresas que se denominan consultoras medioambientales realizan proyectos en este campo, también hay empresas que realizan proyectos de este tipo sin ser consultoras medioambientales, por lo que no se puede establecer con certeza un número de empresas ni su crecimiento.

Lo que sí podemos afirmar es la evolución positiva de este sector en los últimos años, derivado del aumento del interés de las empresas por el medio ambiente y por obtener un certificado que la acredite como empresa gestionada según la normativa medioambiental. Por otra parte, podemos apuntar que esta tendencia se mantendrá a medio plazo.

5.1.2. Tamaño del mercado

¿Cuál es el tamaño del mercado de las empresas que recurren a los servicios de consultoras medioambientales en la zona y qué tendencia sigue?

¿Cómo puedo calcular el tamaño de mi mercado?

Llegados a este punto, para analizar el tamaño del mercado de las consultoras medioambientales debemos estudiar dos aspectos: la importancia de la ubicación geográfica y los sectores industriales de la zona.

La **ubicación geográfica** es un aspecto bastante importante a la hora de establecer un negocio de este tipo. Como hemos visto en el apartado dedicado al contexto sectorial, hay empresas de otras comunidades que vienen a desarrollar proyectos a Galicia, pero no podemos estimar el número de ellas que actúan en la zona.

La mejor forma de contrarrestar esa competencia es, entre otras, aprovechar la cercanía al cliente, por lo que deberías tratar de establecerte en una zona donde se produzca una cierta concentración industrial, ya que, como vimos en el Contexto Sectorial, los principales clientes de las consultoras medioambientales son las empresas.

Los principales **sectores de la economía mariñana** son:

- Agroalimentario.

- Pesca y acuicultura.
- Minerales.
- Madera.

Estos sectores tienen un comportamiento desigual en materia de medio ambiente.

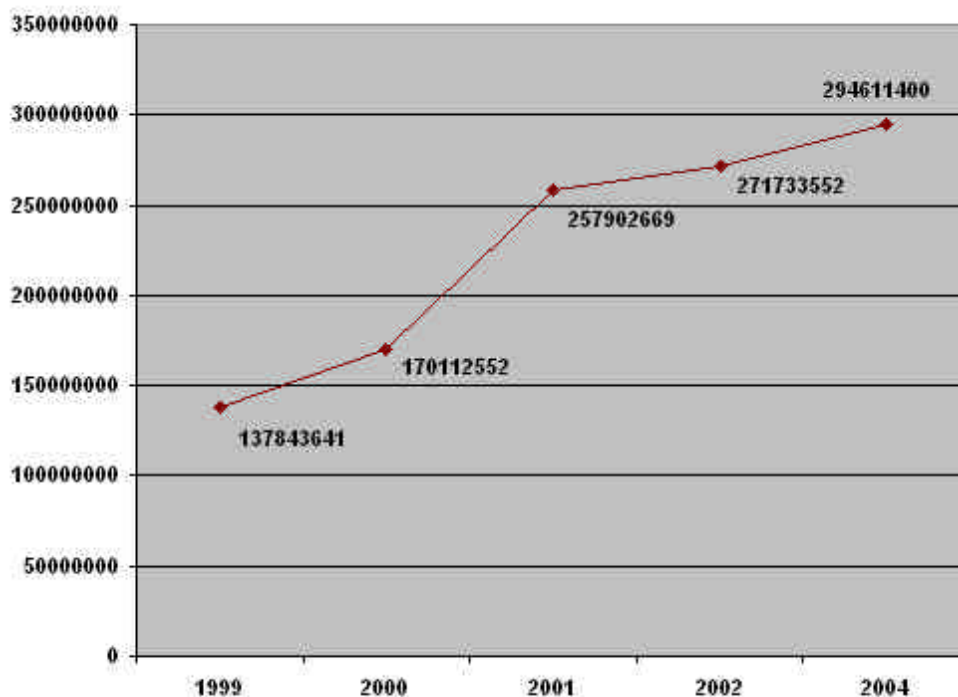
También debemos pensar en las pequeñas empresas como clientes potenciales. El desarrollo normativo en materia de medio ambiente hace que en las empresas surjan nuevas necesidades en esta materia, por lo que es previsible que, a corto-medio plazo, necesiten de los servicios de empresas de consultoría medioambiental para adaptar sus sistemas a la normativa vigente.

Lo que resulta indiscutible es que el mercado potencial de la Mariña Lucense no es pequeño, ya que en esta comarca se localiza un importante número de empresas que, en un periodo de tiempo no muy largo, tendrán que realizar proyectos de carácter medioambiental, por lo que serán solicitados los servicios de las empresas de consultoría.

Tampoco debemos olvidarnos de las Administraciones Públicas, ya que éstas también requieren los servicios de consultoras medioambientales. En los últimos años, el presupuesto de la Consellería de Medio Ambiente ha aumentado un 97%. Una evolución similar ha experimentado el presupuesto de los departamentos de medio ambiente de otros organismos públicos.

En el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés te mostramos en detalle el presupuesto de la Consellería de Medio Ambiente, aunque en el siguiente gráfico te adelantamos su evolución:

Cuadro 6: Gráfico de la evolución del presupuesto de la Consellería de Medio Ambiente, Galicia, 1999-2004 (euros)



Fuente: Orzamentos Xerais da Comunidade Autónoma de Galicia

5.1.3. Previsiones para el futuro

- ¿Qué aspectos debo considerar como puntos fuertes?*
- ¿Cuáles son los puntos débiles a tener en cuenta?*
- ¿Cuáles son las principales amenazas en este tipo de negocio?*
- ¿Qué oportunidades se pueden presentar para potenciar mi mercado?*
- ¿Qué factores se consideran claves de cara al futuro?*

Si te planteas montar una consultora medioambiental debes tener presente el siguiente cuadro con el fin de aumentar o mantener los puntos fuertes, permanecer atento tanto a las oportunidades que se te ofrecen como a los factores que te permitan eliminar o minimizar los puntos débiles de cara a combatir las amenazas que el mercado nos presenta.

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> > Empresas de consultoría generales. > Otras empresas que actúan en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> > Crecimiento del mercado. > Acercamiento a las PYMES. > Tendencia a la especialización.
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> > Trato personalizado. > Cercanía al cliente. > Conocimiento de la realidad gallega. > Bajo volumen de inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> > El servicio tiene la consideración de prescindible. > Escasa valoración de ciertos trabajos.

A la vista de este cuadro podemos concluir que el peso de las oportunidades que se le presentan a un emprendedor a la hora de montar una consultora medioambiental es superior al de las amenazas, pero debes ser cauto al respecto y analizar el impacto que cada una de estas circunstancias puede tener en el negocio que has pensado montar.

La **amenaza** que tendrás que afrontar cuando comiences dentro del sector es la de superar la competencia de consultoras que centran su actividad en otros ámbitos y que deciden ofrecer estos servicios para ampliar su cartera de productos. Muchas empresas serán gallegas, pero otras provendrán de distintas comunidades. Para poder superar esta competencia tendrás que potenciar los puntos fuertes que te exponemos en el cuadro.

La principal **oportunidad** que se le presenta a esta actividad es el crecimiento de su mercado. La bonanza económica experimentada en estos últimos años ha favorecido el desarrollo de este mercado, incrementándose el número de proyectos realizados en el área de la consultoría en general y en el área medioambiental en particular. En un primer momento, el desarrollo favorable de la economía fue un factor determinante para el incremento de esta actividad, pero en la actualidad se ha roto la relación entre el ciclo económico y la demanda de servicios de consultoría.

El aumento de concienciación medioambiental y el entorno económico positivo hacen que sean muchas las empresas que deciden implantar un sistema de gestión medioambiental, obtener una certificación o realizar algún proyecto relacionado con el medio ambiente. Hay varios motivos por los que se incurre en este gasto:

- El mercado percibe las empresas certificadas como empresas de calidad, lo cual favorece su imagen corporativa en el mercado. La calidad es una herramienta de mejora continua.
- En la dirección de las empresas es mayor la sensibilización hacia el cuidado del medio ambiente, integrando este factor dentro de la gestión.
- Muchas empresas, sobre todo las de un tamaño grande, le exigen a sus proveedores que estén certificados para poder trabajar con ellos, por lo que no tener la certificación mencionada hace que la empresa esté en posición de inferioridad frente a la competencia.

Además de estos motivos, las Administraciones Públicas han realizado importantes esfuerzos económicos para que las empresas mejoren en estos aspectos. Las principales ayudas se materializan en incentivos fiscales y subvenciones.

Comentábamos anteriormente que el perfil de cliente son empresas de un tamaño medio, aunque es posible acceder a clientes de menor tamaño ofreciéndoles servicios puntuales con precios económicos, que les permitirán mejorar en muchos aspectos.

El mercado de las consultoras tiende a la especialización. Las consultoras, al margen de la realización de auditorías medioambientales, certificaciones etc., pueden prestar sus servicios en alguno de los sectores medioambientales. Debido a la diversidad de sectores y la complejidad de los mismos, las empresas prefieren centrarse en uno de ellos. Ahora mismo, los más desarrollados son los de agua y residuos, aunque los sectores de energías renovables, atmósfera y ruidos tendrán un enorme potencial de crecimiento desde el mismo momento en el que se comiencen a regular.

El mayor **punto débil** de este tipo de empresas, en general, es que sus servicios se consideran prescindibles. Generalmente, los proyectos de consultoría medioambiental no se realizan, en muchos casos, por imperativo legal, sino porque la empresa considera que debe de hacerlo en su proceso de mejora continua y, aunque cada vez son menos, todavía hay empresas que en momentos de debilidad económica deciden prescindir de estos servicios.

Por otro lado, al ser un servicio, resulta complicado hacer ver al cliente la calidad del mismo y su repercusión en el precio.

El trato personalizado y la cercanía al cliente son dos de los **puntos fuertes** que debes de aprovechar en tu negocio. Los clientes valoran positivamente el hecho de que el consultor conozca sus problemas y trate de darles una solución personalizada a los mismos.

Además, al ser una consultora mariñana tendrás un mejor conocimiento de la realidad del entorno, aunque no debes centrar tu ámbito de actuación a la comarca, sino que puedes plantearte la posibilidad de expandirte hacia zonas limítrofes.

Por último, el bajo nivel de inversión al que tendrás que hacer frente en el momento de iniciar la actividad hace que la consultoría medioambiental sea muy atractiva para emprender en ella un negocio.

5.2. Análisis competitivo

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LAS FUERZAS BÁSICAS QUE DETERMINAN EL GRADO DE COMPETENCIA, DENTRO Y FUERA DE LA ACTIVIDAD.**
- > **CÓMO SON LAS EMPRESAS, SU DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL, SU ESTRUCTURACIÓN JURÍDICA Y LABORAL, ASÍ COMO SU DIMENSIÓN.**
- > **CUÁLES SON LAS PRINCIPALES BARRERAS A LA ENTRADA Y SALIDA QUE EXISTEN EN LA ACTIVIDAD.**
- > **LOS ASPECTOS MÁS IMPORTANTES A TENER EN CUENTA DE NUESTROS CLIENTES Y PROVEEDORES.**

Según vayas profundizando en la lectura de este epígrafe, llegarás a las siguientes conclusiones básicas:

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA	<p>Media-alta</p> <p>Dificultad de identificar a los competidores en la zona, ya que, aunque no hay oferta de empresas de la Mariña, hay consultoras de fuera que se están introduciendo en este mercado.</p> <p>Fragmentación de la demanda.</p>
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	<p>Barreras a la entrada: Bajas</p> <p>El volumen de inversión necesario es bajo y el crecimiento del mercado hace que esta actividad resulte muy atractiva.</p> <p>Barreras a la salida: Bajas</p> <p>Debido a las circunstancias mencionadas anteriormente, en caso de no obtener los resultados previstos, no es necesario mantenerse en la actividad para recuperar la inversión realizada.</p>
PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	<p>Media</p> <p>El principal sustitutivo son las consultoras de otras áreas que entran en el campo medioambiental para aumentar su cartera de productos.</p>

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES	Alto Debido al número de empresas, el cliente tiene la posición de dominio en el proceso de negociación.
PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	Bajo Los suministros necesarios son de escasa importancia.

5.2.1. Análisis de las empresas competidoras

*¿Cuántas consultoras hay en la zona?
¿Cuál es el perfil de la competencia en la zona?*

5.2.1.1. Número de empresas y su distribución territorial

En la comarca de A Mariña Lucense no existe ninguna empresa cuya actividad sea la consultoría medioambiental. Esto puede parecer una oportunidad de mercado, pero por la dificultad de identificar la oferta y la diversificación de los servicios de consultoría, deberás analizar en profundidad las características empresariales de la Mariña y estimar bien tu mercado potencial, identificando a las empresas alóctonas que están prestando estos servicios en la zona.

5.2.1.2. Instalaciones

Estas empresas no precisan grandes instalaciones para realizar sus servicios. Lo único que necesitan es una oficina donde tengan instalados una serie de puestos informáticos donde se situarán los trabajadores y una sala de juntas donde realizar las reuniones.

En el apartado 5.4.1 Inversiones podrás ver el volumen de inversión aproximado que se necesitaría para realizar estas instalaciones

5.2.2. Análisis de los competidores potenciales

¿Qué barreras a la entrada y a la salida nos encontraremos en la actividad?

Denominamos barreras a los factores principales que condicionan la entrada y la salida de cualquier competidor interesado en el mercado de la consultoría medioambiental.

Debido al bajo volumen de inversión necesario para comenzar en la actividad (en el apartado de inversiones verás que ronda los 18.000 euros) y el atractivo de mercado, resulta previsible que en los próximos años se produzca la entrada de nuevas empresas en esta actividad. Esto nos podría llevar a la conclusión de la existencia de una fuerte competencia a la hora de captar clientes, sin embargo, la diversidad de *nichos* de mercado en los que pueden operar estas empresas actúa como atenuante a la competencia.

La estructura del sector de la consultoría en general se caracteriza por la presencia de una cierta fragmentación en la que se pueden distinguir dos tipos de empresa:

- Las grandes compañías multinacionales, que crean un departamento de consultoría medioambiental para poder aumentar los servicios que prestan a sus clientes y que pueden considerarse productos sustitutivos a tu actividad. Estas empresas se caracterizan por ser un número pequeño que absorbe una cuota de mercado importante, desviándose hacia ellas la mayoría de los proyectos de envergadura.
- Las empresas de menor tamaño, que concentran sus actividades en un único sector medioambiental para especializarse en el mismo y emplearlo como estrategia de supervivencia. Junto con ese servicio técnico medioambiental especializado, desarrollan los proyectos de certificación e implantación de sistemas de gestión integral, los cuales no requieren los altos niveles de especialización que se necesitan en la actividad anterior.

Resulta habitual encontrarse en esta actividad empresas creadas por antiguos directivos de grandes multinacionales que, aprovechando los conocimientos adquiridos durante su experiencia profesional, crean una empresa de pequeña dimensión y carácter especializado.

También nos encontramos con empresas que surgen a través de procesos de *Spin-Off* académicos. El *Spin-Off* académico surge cuando los investigadores descubren una nueva tecnología con un potencial económico elevado, pero que no es relevante para la estrategia competitiva de la organización de origen. En esta categoría se engloban todas las iniciativas empresariales creadas a partir de proyectos de investigación.

5.2.3. Productos sustitutos

- ¿Qué servicios o empresas debo considerar sustitutos?*
- ¿Qué previsiones de crecimiento se estiman para éstos?*
- ¿Qué ventajas e inconvenientes tengo frente a ellos?*

Como te mencionábamos en el cuadro resumen, el principal sustituto que tiene una empresa de este tipo son las consultoras que prestan sus servicios en otras áreas y que ofrecen la realización de proyectos medioambientales para aumentar su cartera de servicios y así proporcionar un mejor servicio a sus clientes.

Al igual que la consultoría medioambiental, estas empresas están experimentando fuertes crecimientos en los últimos años. Según un estudio de DBK sobre el sector de la consultoría, en el año 2001, esta actividad experimentó un crecimiento del 19%. Este crecimiento corresponde a las empresas de consultoría en general, dentro del cual se engloba el crecimiento del 8% de las consultoras medioambientales.

El principal inconveniente que tienes frente a estas empresas es que, al prestar servicios diferentes, les resulta más sencillo captar a un cliente para venderle un servicio medioambiental, ya que es probable que a dicho cliente ya le hayan realizado algún otro proyecto con anterioridad. Para contrarrestarlo, debes potenciar la especialización de tu empresa. Los servicios medioambientales tienen un fuerte carácter técnico, por lo que estos proyectos los desarrollarán mejor aquellas empresas que estén especializados en los mismos.

5.2.4. Análisis de los clientes

¿Cuál es la tipología del cliente de las consultoras medioambientales?

¿Qué busca un cliente al recurrir a una consultora medioambiental?

¿Cómo puedo segmentar mi clientela?

En los últimos años se detecta un incremento en la sensibilización general hacia el medio ambiente. Una de las principales consecuencias de este hecho es que cada vez hay un mayor número de empresas que recurren a las consultoras medioambientales.

Los clientes de las consultoras podemos tipificarlos en dos clases:

- Las Administraciones Públicas.
- Las empresas privadas, a partir de un tamaño medio.

Entre las empresas pequeñas no hay el mismo nivel de concienciación medioambiental que en las grandes debido, básicamente, a que en estas empresas el volumen de inversión o gasto dedicado a este concepto es muy elevado para su estructura financiera y los beneficios que obtienen con ello no resultan suficientes.

En el Contexto Sectorial te comentamos que en la Mariña Lucense sólo hay 10 empresas que tienen implantado un sistema de gestión medioambiental. La causa de que esta cifra sea tan baja la encontramos en que las empresas que implantan este tipo de sistemas tienen un tamaño mediano y, si hay algo que caracterice a las empresas gallegas, es su reducida dimensión.

Podemos establecer un perfil de empresa que realiza alguna implantación en materia de medio ambiente basándonos en tres parámetros:

- El sector al que pertenece.
- El número de trabajadores de la empresa.
- La facturación de la empresa.

Las empresas de mayor tamaño en número de empleados son aquellas que presentan un mayor grado de implantación, mientras que, en las empresas pequeñas, el porcentaje es prácticamente irrelevante. Respecto a la facturación, podemos establecer una barrera en los 30 millones de euros, cifra a partir de la cual se observa un importante salto cuantitativo en el porcentaje de empresas.

En el siguiente gráfico te mostramos estas conclusiones. Si bien los datos pertenecen a España, son perfectamente extrapolables a la zona:

Cuadro 7: Implantación de sistemas de gestión medioambiental en las empresas en función de su número de empleados y de su facturación, España, 1999 (%)

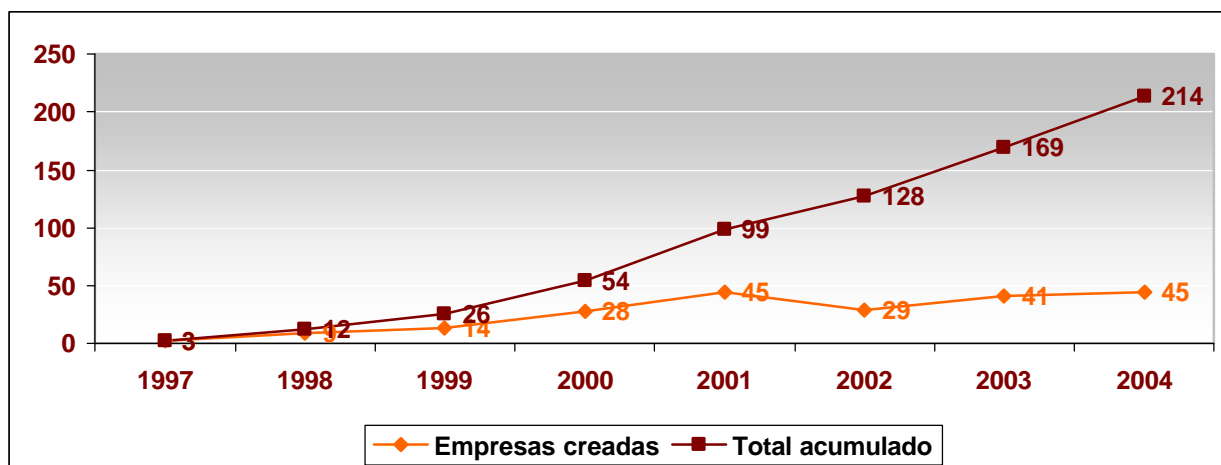
INDICADORES DIMENSIONALES	INDICADOR GLOBAL	17,8%
	Número de empleados	
	Menos de 50	4,2%
	Entre 50 e 100	10,5%
	Entre 101 e 250	16,0%
	Más de 250	34,9%
	Facturación (millones de €)	
	Menos de 6	4,6%
	De 6 a 30	14,3%
	De 30 a 120	31,9%
	Más de 120	41,3%

Fuente: Empleo y formación en el sector del medio ambiente en España. Fundación Entorno 2000

En el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés te ofrecemos los datos del número de empresas existentes en la zona por concello.

La preocupación por el medio ambiente también puede determinarse mediante la evolución de la cifra de empresas con certificado ISO 14000. En el siguiente gráfico te mostramos la cifra de empresas que cada año certificó AENOR, la empresa certificadora con mayor cuota de mercado (un 48%). En esta gráfica también podrás ver el total acumulado de empresas cada año:

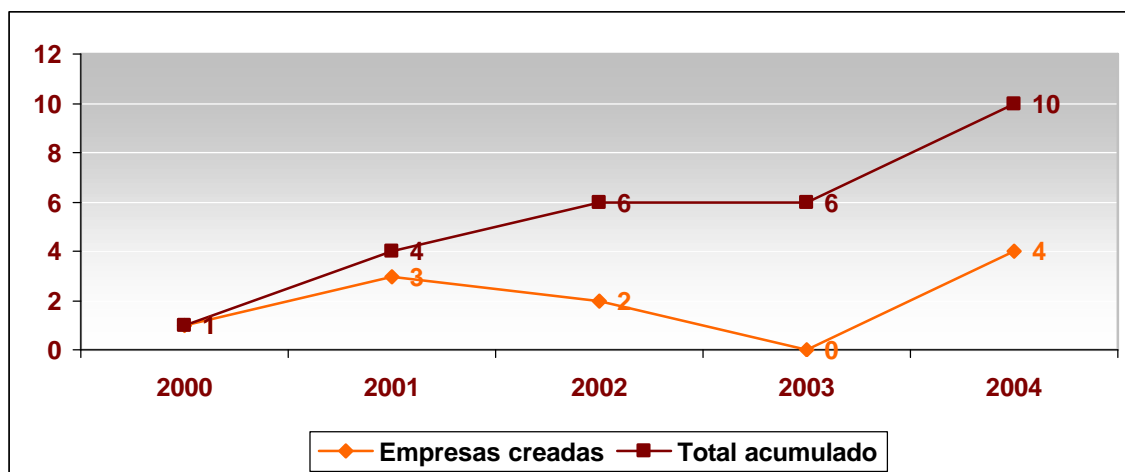
Cuadro 8: Gráfico de la evolución de empresas con la certificación ISO 14000 certificadas por AENOR, Galicia, 1997-2004 (unidades)



* Datos a junio de 2004

Fuente: AENOR

Cuadro 9: Gráfico de la evolución de empresas con la certificación ISO 14000 certificadas por AENOR, Mariña Lucense, 2000-2004 (unidades)



* Datos a junio de 2004

Fuente: AENOR

A la hora de segmentar las empresas, puedes atender a los distintos sectores a los que pertenecen, ya que, es probable que las necesidades de las que operan en un mismo sector sean bastante comunes, aunque cada empresa tendrá una problemática diferente.

Las oportunidades de negocio con las administraciones públicas van a venir, básicamente, de concursos, por lo que debes de estar atento a su publicación en los boletines oficiales correspondientes (DOG, BOP, etc.).

5.2.5. Análisis de los proveedores

*¿Cuáles son las características principales de los proveedores?
¿Qué aspectos debo valorar para elegir uno u otro proveedor?
¿Cuáles son las formas de pago habituales en el mercado?*

Los principales proveedores de una consultora medioambiental son aquellas empresas que realizan los servicios complementarios necesarios para el desarrollo de los proyectos: laboratorios, empresas de medición, cartógrafos, etc.

De todos los proveedores mencionados en el párrafo anterior, los más habituales son los laboratorios, que tienen que estar homologados y presentar una certificación que les autorice a tratar el tipo de sustancia que la empresa le facilita.

Los servicios de estas empresas constituyen, aproximadamente, el 15% del precio del proyecto.

A estos proveedores se les suele efectuar el pago a los treinta días de la realización del proyecto, aunque esto no es generalizable. Dependerá de los acuerdos a los que puedas llegar con ellos.

En el apartado 7.6 Anexo de Proveedores te proporcionamos una serie de referencias que te orientarán en la búsqueda de proveedores para tu negocio.

5.3. Marketing

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS SERVICIOS QUE PRESTAN HABITUALMENTE LAS CONSULTORAS MEDIOAMBIENTALES.**
- > **LA POLÍTICA DE PRECIOS MÁS HABITUALES EN EL MERCADO.**
- > **LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUERZA DE VENTAS.**
- > **LAS HERRAMIENTAS PROMOCIONALES MÁS UTILIZADAS POR ESTE TIPO DE NEGOCIOS.**

La lectura de este apartado arroja las siguientes conclusiones:

- **La cartera de servicios que ofrece una consultora medioambiental es muy amplia, aunque suelen centrarse en una de las áreas de medio ambiente.**
- **Cada servicio tendrá un precio diferente en función de las distintas circunstancias que presente.**
- **El precio del servicio se le comunica al cliente a través de un presupuesto. Al elaborarlo se tienen en cuenta todas las características de la empresa cliente: duración del proyecto, número de horas a invertir, necesidad de servicios externos, etc.**
- **En un primer momento, la forma más eficaz para darse a conocer son las visitas comerciales, después, el boca a boca se convierte en la mejor herramienta promocional.**

5.3.1. Producto

¿Qué servicios puedo ofrecer a mis clientes?

El tipo de empresa que hemos definido como tipo puede ofrecer múltiples servicios relacionados con el medio ambiente. Esta diversidad es posible gracias a la capacitación del personal, ya que en la realización de todos ellos puede participar una persona con un perfil más o menos definido. Esto lo veremos en el apartado 5.5 Recursos Humanos.

Entre los servicios que las consultoras medioambientales ofertan con mayor asiduidad destacan:

- Implantación de sistemas de gestión medioambiental.
- Implantación de sistemas de gestión de la calidad.
- Implantación de sistemas de gestión integral (calidad, medio ambiente y prevención de riesgos).
- Auditorías ambientales.
- Certificaciones y/o verificaciones ambientales.
- Asesoramiento y tramitación de ayudas y subvenciones para proyectos medioambientales.
- Programas de prevención: minimización de residuos, gestión de aguas, minimización de ruidos, etc.
- Estudios de impacto medioambiental.
- Análisis del ciclo de vida de los productos.
- Asesoramiento legal en materia medioambiental.
- Evaluación de riesgos medioambientales.

Las empresas que ofrecen programas y técnicas de prevención se centran en uno de los sectores del medio ambiente: residuos, agua, atmósfera, etc., ya que las actuaciones dentro de cada uno de ellos es tan amplia que abarcar todos implicaría una falta de especialización, lo que ocasionaría que la empresa actuase en contra de la tendencia del mercado.

5.3.2. Precio

¿Cómo fijo el precio de los servicios?

El precio del proyecto se fija en función del número de horas de trabajo estimadas y con un coste diferente en función del grado de experiencia necesaria de los consultores asignados.

El precio y las demás condiciones se plasman en un presupuesto. Debes de ser muy meticuloso a la hora de elaborarlo, contabilizando todos los costes en los que estimas que vas a incurrir y tratar, al mismo tiempo, de obtener cierta rentabilidad.

Una vez aprobado el presupuesto, dependiendo del tamaño y la duración del mismo, se determinará la forma de cobrarlo. En caso de proyectos pequeños, el cobro del servicio se produce una vez finalizado el proyecto, a los treinta días, aproximadamente. Si el proyecto es más grande, se puede pactar con el cliente el pago de una cantidad al principio (del 20 al 25%) y el resto al final. Otro modo es realizar pagos parciales mensualmente (caso más frecuente) o a la finalización de cada fase del proyecto.

Según datos obtenidos a partir de las entrevistas realizadas, la preparación de una empresa para lograr un certificado ISO (9000 o 14000) puede oscilar entre los 6.000 y los 15.000 euros. La duración de estos proyectos suele ser de nueve a doce meses y dependerá del grado de organización de la empresa y del nivel de participación y compromiso del personal de la empresa en el proyecto. En el caso de análisis de impacto medioambiental pueden oscilar entre los 5.000euros-6.000 euros.

5.3.3. Fuerza de ventas

¿Cómo se realiza la venta del servicio?

Una vez establecido el contacto con el cliente, bien porque éste recurre a la empresa, bien porque se ha accedido al mismo a través de la labor comercial, se realiza un diagnóstico de las necesidades del mismo y de las posibles soluciones. Esto conduce a la elaboración de un presupuesto donde se tienen en consideración diversos factores, como el tamaño de la empresa cliente, la duración y dificultad del proyecto, el personal necesario para realizarlo, los proveedores con los que tendremos que contar, etc.

En caso de aceptación del mismo se procede a la planificación y ejecución del proyecto.

5.3.4. Promoción

¿De qué herramientas dispongo para darme a conocer?

Las principales herramientas de promoción son, en el momento de la creación de la empresa, las visitas comerciales a clientes potenciales del servicio que vayas a prestar.

Una vez conseguidos los primeros clientes, el *boca a boca* es la mayor y mejor publicidad de tu negocio, por lo que el trato al cliente y la prestación del servicio se convierten en factores determinantes del éxito de la empresa.

5.4. Análisis económico-financiero

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > **LAS INVERSIONES NECESARIAS Y LAS PARTIDAS DE GASTOS MÁS IMPORTANTES PARA EL ARRANQUE DEL LOCAL.**
- > **LA ESTRUCTURA MEDIA DE GASTOS.**
- > **ESTRUCTURA DE LA CUENTA DE RESULTADOS.**
- > **LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN MÁS UTILIZADAS.**

Este apartado te resultará especialmente relevante a la hora de evaluar, de manera aproximada, la inversión necesaria para iniciar tu actividad, así como los gastos que se derivan del mantenimiento del negocio. Básicamente podrás extraer las siguientes conclusiones:

- **El volumen de inversión necesario para el desarrollo de la actividad es bajo. Con algo menos de 18.000 euros se puede crear una consultoría medioambiental.**
- **Para poder realizar una estimación de ingresos debes tratar de determinar el número de proyectos que realizarás de cada servicio que ofreces.**
- **El principal gasto variable que tiene una empresa de este tipo es el de los servicios exteriores.**
- **Dentro de los gastos fijos, el mayor es el gasto de personal, representando cerca de un 50% de los gastos fijos.**

5.4.1. Inversiones

¿Qué desembolso tengo que hacer para iniciar la actividad?

Este apartado recoge los elementos del patrimonio destinados a servir de forma duradera en la actividad de la empresa.

El siguiente cuadro recoge las partidas más importantes para iniciar esta actividad. El cálculo estimativo está basado en una empresa de las características descritas en el apartado 2 de la presente Guía.

Cuadro10: Estimación de inversiones necesarias (euros)

Concepto	Total
Ordenadores	4.507,59
Impresora	1.502,53
Mobiliario	4.507,59
Instalación telefónica	901,52
Red informática	1.202,02
Acondicionamiento	901,52
Gastos de constitución	4.207,08
TOTAL	17.729,86

Fuente: Elaboración propia

Dentro de ordenadores incluimos el precio de adquisición de tres equipos informáticos, uno para cada miembro de la empresa.

En mobiliario aparece la cantidad que se necesitaría, aproximadamente, para adquirir tres puestos de trabajo completamente equipados (mesa, silla, cajones y armario) y para amueblar la sala de juntas.

Dentro de instalación telefónica y red informática se recoge la inversión necesaria para que todos los puestos puedan tener conexión telefónica y conexión en red.

La inversión por acondicionamiento sufragaría los gastos necesarios para adecuar el local arrendado a la actividad que en él se va a desarrollar. Evidentemente, en caso de encontrar una oficina que no requiera reformas, podrás ahorrarte el importe de esta partida.

Dentro de los gastos de constitución se incluyen los gastos de formalización de la sociedad (notario, inscripción de la sociedad en los registros pertinentes...) y los gastos del diseño de la imagen corporativa.

La cifra que hemos obtenido de este análisis nos servirá de base para la realización del cálculo de la amortización y gastos bancarios que realizamos en el apartado siguiente.

5.4.2. Gastos

¿Cuáles son los gastos anuales medios de la actividad?

Esta partida engloba los *desembolsos* necesarios anuales para llevar a cabo la actividad, incluso en el supuesto de que no hubiera clientela. Aquí se incluyen los gastos variables que dependen directamente del volumen de facturación y los fijos que son independientes de dicho volumen.

Debes tener en cuenta que, durante un determinado período de tiempo, los ingresos serán escasos y difícilmente podrán compensar los gastos, porque mientras no se conozca la existencia de tu empresa y no obtengas los primeros clientes, las ventas serán mínimas. Es necesario que realices un ejercicio de previsión sobre el periodo de tiempo que puede producirse esta situación y, en consecuencia, contar con fuentes de financiación suficientes para afrontar el desfase económico temporal entre ingresos y gastos.

En el siguiente cuadro podrás observar a cuánto asciende la partida de gastos fijos para una consultora como la definida en el apartado 2:

Cuadro 11: Estimación de los gastos fijos anuales de una consultora medioambiental (euros)

Concepto	Importe
Personal (sueldos + SS)	40.868,82
Arrendamientos	5.769,72
Material de oficina	12.000
Mantenimiento y reparaciones	600
Suministros	10.818,24
Otros gastos de gestión	7.212,15
Seguros	1.242,43
Servicios exteriores	1.082
Tributos	256,63
Amortización inmovilizado	2.356,82
Amortización gastos establecimiento	841,42
Gastos financieros	576,22
TOTAL GASTOS	83.624,45

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

Dentro de personal se incluye el salario y la cotización a la Seguridad Social de los dos socios más la persona de apoyo. Hemos estimado que el gasto en este concepto de los socios ascenderá a 15.025,30 euros/año para cada uno y el de la persona de apoyo a 10.818,22 euros/año.

Hemos estimado en 480,81 euros el arrendamiento mensual de la oficina donde desarrollan sus actividades.

Los gastos que aparecen en material de oficina se corresponden con la adquisición de folios, carpetas, *tóners* de impresora, etc.

Dentro de suministros se recogen los gastos de agua, luz, teléfono, etc. para una empresa de este tipo. Hemos realizado una estimación, a partir de las entrevistas realizadas, de un gasto mensual de 901,52 euros en este concepto.

En otros gastos de gestión se recogen los gastos de viaje para realizar los proyectos.

Los gastos de servicios exteriores que aparecen en el cuadro corresponden a la contratación de una asesoría que lleva los temas fiscales, laborales y contables.

Los gastos financieros están estimados en función de la inversión total a realizar. Consideramos en nuestro ejemplo, que el emprendedor contratará un préstamo a 7 años con un tipo de interés del 6,5% por el 50% de la inversión a realizar. Es evidente que el importe por este concepto variará en función de las necesidades de financiación que tenga en cada caso el emprendedor.

En cuanto a la amortización del inmovilizado, y en nuestro supuesto, hemos optado por amortizar los equipos informáticos, los gastos de constitución y el acondicionamiento del local en cinco años, el mobiliario en siete y la instalación telefónica en diez.

En el siguiente cuadro detallamos los gastos variables que tiene este tipo de empresa. En este caso, el único gasto variable que tendrán viene determinado de la necesidad de subcontratar a empresas técnicas para la realización de analíticas de muestras o realización de servicios técnicos necesarios para la actividad de la consultora. Según la información obtenida en las entrevistas realizadas a empresas dedicadas a la consultoría medioambiental, el porcentaje que supone este gasto sobre el volumen de ingresos se sitúa en torno al 15%, dato que hemos considerado para el análisis de la empresa tipo.

Cuadro 12: Estimación de los gastos variables anuales de una consultora medioambiental (euros).

Concepto	Importe
Servicios Externos	18.030,36
TOTAL	18.030,36

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

5.4.3. Previsiones de ingresos

¿Cómo puedo realizar una previsión de ventas?

Para realizar una estimación de los posibles ingresos que podrás obtener en el desarrollo de tu actividad vamos a realizar un desglose de los proyectos que podrías desarrollar en un año. Utilizaremos precios medios ya que, como te hemos comentado en el apartado 5.3.2 Precio, no hay un precio único para los distintos servicios que presta una consultora. A continuación establecemos los servicios que vamos a tomar en consideración para realizar este cálculo junto con un precio medio aproximado de los mismos y el número de proyectos que puedes desarrollar en ese año.

SERVICIO	PRECIO MEDIO	PROYECTOS
Implantación de ISO 14000	7.282,47	3
Implantación de ISO 9000	5.271	5
Análisis de impacto medioambiental	6.000	5
Planificación Ambiental	9.000	3

Junto con estas actividades puedes prestar servicios puntuales de breve duración. Para la realización de este cálculo consideraremos que estos proyectos representan una facturación de 15.000 euros en el año. Considerando que logras realizar el número de proyectos que figuran en el cuadro de arriba, al precio medio que hemos estimado, el volumen de tus ingresos sería:

Cuadro 13: Estimación de ingresos para la consultora tipo (euros)

CONCEPTO	IMPORTE
Implantación de ISO 14000	21.847,41
Implantación de ISO 9000	26.355
Análisis de impacto medioambiental	30.000
Planificación Ambiental	27.000
Otros servicios	15.000
TOTAL	120.202,41

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

5.4.4. Estructura de la cuenta de resultados

¿Cómo determino el beneficio de la actividad?

En los apartados anteriores hemos realizado una estimación de los gastos de esta actividad y de los ingresos que podría llegar a obtener. En el siguiente cuadro podrás ver que la facturación necesaria para que la empresa no incurra en pérdidas asciende a 98.381,71 euros. Debes analizar las posibilidades que tienes de alcanzar esta cifra de facturación a efectos de rentabilizar el negocio.

Cuadro 14: Umbral de rentabilidad para la empresa tipo (euros)

TOTAL INGRESOS	98.381,71
Prestación de servicios	98.381,71
TOTAL GASTOS VARIABLES	14.757,26
Servicios exteriores	14.757,26
INGRESOS-GASTOS VARIABLES	83.624,45
TOTAL GASTOS FIJOS	83.624,45
Personal	40.868,82
Arrendamientos	5.769,72
Material de oficina	12.000
Mantenimiento y reparaciones	600
Suministros	10.818,24
Otros gastos de gestión	7.212,15
Seguros	1.242,43
Servicios exteriores	1.082
Tributos	256,63
Amortización inmovilizado	2.356,82
Amortización gastos establecimiento	841,42
Gastos financieros	576,22
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	0

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

La rentabilidad que obtendrás del negocio está relacionada, evidentemente, con el nivel de facturación. En el siguiente cuadro reflejamos la rentabilidad que obtendría la empresa para un nivel de facturación como el establecido en el apartado 5.4.3 Previsión de Ingresos

Cuadro 15: Cuenta de resultados estimada (euros)

TOTAL INGRESOS	120.202,41
Implantación de ISO 14000	21.847,41
Implantación de ISO 9000	26.355
Análisis de impacto medioambiental	30.000
Auditorías medioambientales	27.000
Otros servicios	15.000
TOTAL GASTOS VARIABLES	18.030,36
Servicios exteriores	18.030,36
INGRESOS-GASTOS VARIABLES	102.172,05
TOTAL GASTOS FIJOS	83.624,45
Personal	40.868,82
Arrendamientos	5.769,72
Material de oficina	12.000
Mantenimiento y reparaciones	600
Suministros	10.818,24
Otros gastos de gestión	7.212,15
Seguros	1.242,43
Servicios exteriores	1.082
Tributos	256,63
Amortización inmovilizado	2.356,82
Amortización gastos establecimiento	841,42
Gastos financieros	576,22
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	18.547,60
% sobre ventas	15,43%

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas

5.4.5. Financiación

¿Qué alternativas tengo para obtener el dinero que necesito?

El perfil de financiación inicial más común en este tipo de empresas atiende principalmente a tres aspectos:

- Autofinanciación: 40-60%
- Entidades financieras: 40-50%
- Subvenciones: 10%

Al hablar de la forma de financiación de tu negocio podemos concluir que una parte del mismo, que oscila entre el 40 y el 60%, será constituido por las aportaciones propias, mientras que la parte restante se obtendrá a través de préstamos bancarios y subvenciones. En nuestro caso la financiación propia y ajena representa el 50% respectivamente.

Al realizar tus estimaciones debes tener en consideración que, desde el momento de la concesión de la subvención hasta la fecha en la que se cobra, transcurre algún tiempo, por lo que no debes contar con esta aportación en el cálculo de necesidades de capital iniciales.

5.5. Recursos humanos

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > **EL PERFIL PROFESIONAL REQUERIDO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**
- > **LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA ESTIMADA PARA UNA CONSULTORA COMO LA ESTABLECIDA COMO TIPO Y LOS EXTERIORES QUE SE CONTRATAN MÁS HABITUALMENTE.**
- > **EL CONVENIO COLECTIVO APLICABLE A LA ACTIVIDAD Y QUE CONSTITUYE LA NORMA BASE PARA LA REGULACIÓN DE LA RELACIÓN EMPRESA-TRABAJADOR.**

Las principales conclusiones que podrás obtener con la lectura del presente apartado se resumen a continuación:

- **Los profesionales de la actividad (consultores) están altamente cualificados.**
- **Las titulaciones profesionales predominantes son las relacionadas con las ciencias: Biología, Químicas, Ingeniería Forestal, etc.**
- **En los próximos años se prevé un incremento en la demanda de profesionales cualificados.**
- **Para que una empresa como la definida en el apartado 2 comience en la actividad se necesitan tres personas.**
- **El principal convenio colectivo de aplicación es el Convenio de Empresas de Ingeniería y Oficinas de Estudios Técnicos de Ámbito Estatal.**

5.5.1. Perfil profesional

*¿Qué cualidades debe tener el responsable de la actividad?
¿Qué perfil profesional deben presentar los empleados?*

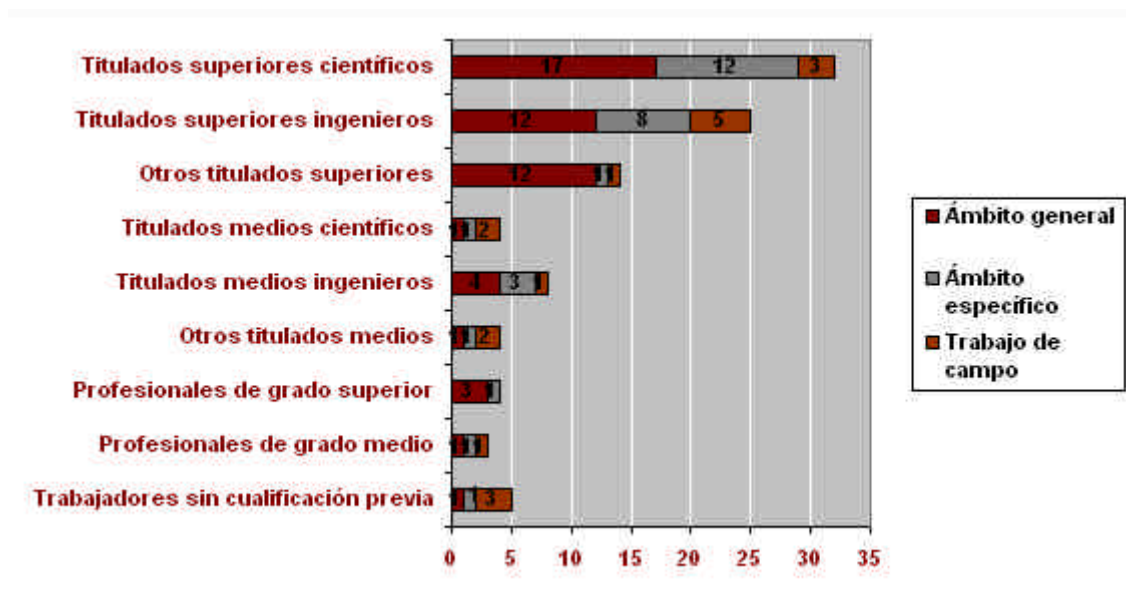
La consultoría medioambiental se caracteriza por ser una actividad altamente cualificada. El 56% del personal presenta titulaciones universitarias superiores relacionadas con el campo científico:

- Ingeniería Química;
- Ingeniería Forestal;
- Ingeniería de Montes;
- Biología;
- Ingeniería Agrónoma;
- Ciencias Ambientales.

Esta cualificación profesional es la que permite que un emprendedor en esta materia pueda dedicarse no sólo a certificaciones y sistemas de gestión medioambiental, sino también a cuestiones más técnicas.

Se prevé un fuerte crecimiento de la creación de empleo, especialmente en el grupo de los titulados universitarios. Además de la titulación universitaria, resulta necesario tener conocimientos generales sobre problemática medioambiental. En el siguiente gráfico se muestra el crecimiento porcentual en la demanda de profesionales en la consultoría según su cualificación:

Cuadro 16: Gráfica de necesidades de nuevos profesionales en el subsector de la consultoría, España (%)



Fuente: Empleo y formación en el sector del medio ambiente en España. Fundación Entorno 2000

También está muy valorada dentro de la actividad la formación específica en gestión de aguas, residuos y sistemas de gestión medioambiental, ya que estas son las áreas con mayor potencial de crecimiento. En el apartado 7.4 Anexo de Formación podrás ver algunos de los cursos impartidos en España en cuestiones relacionadas con la consultoría medioambiental y las actividades que en ella se desarrollan.

Además de una capacitación técnica, el responsable de una empresa de consultoría medioambiental necesita cualidades organizativas y funcionales. El perfil ideal de un emprendedor sería una mezcla de las siguientes capacidades:

- Capacidad técnica: Debe de estar capacitado para realizar el seguimiento y control de las actividades de la empresa en el área medioambiental.
- Capacidad estratégica: Debe tener la capacidad de buscar nuevas oportunidades de mejora e innovación que permitan el desarrollo de nuevos proyectos en las empresas clientes.
- Capacidad organizativa: El responsable debe ser capaz de realizar una planificación de cómo se deben ejecutar los proyectos.
- Capacidad relacional: El responsable de la consultora debe ser una persona comunicativa y con capacidad de transmitir sus ideas de una forma atractiva y directa, que facilite la acción comercial.

Por otro lado, una de las características de los profesionales del sector es la de estar colegiados en sus correspondientes colegios profesionales. En esta actividad, la colegiación no resulta requisito indispensable para el ejercicio de la actividad, pero muchos titulados optan por hacerlo debido a las ventajas que les proporciona.

5.5.2. Estructura organizativa

¿Cómo debe estar organizada la empresa?

Para comenzar a operar en la actividad no se necesita un número grande de personas, basta con tres para poder ejecutar los proyectos que se desarrollen en un primer momento. Debes tener en cuenta que la cifra de personal deberá incrementarse a medida que vayan surgiendo nuevos proyectos.

5.5.3. Servicios exteriores

¿Qué funciones se delegan a empresas externas?

Además de los servicios que te comentamos con anterioridad y que tienen la consideración de proveedores ya que estas empresas precisan de sus servicios para la realización de los proyectos, las consultoras medioambientales suelen contratar los servicios de una asesoría para que le gestione todo lo relacionado con asuntos laborales, fiscales y contables.

5.5.4. Convenios colectivos aplicables

¿Existe algún convenio colectivo específico que regule la actividad en materia laboral?

Para este tipo de empresas existe, principalmente, un convenio colectivo de aplicación. Este convenio es el XII Convenio Colectivo Nacional de Empresas de Ingeniería y Oficinas de Estudios Técnicos, publicado en el BOE el 11 de febrero de 2002.

Adicionalmente, también se pueden aplicar los distintos convenios colectivos de oficinas y despachos:

- Convenio Colectivo para el Sector de Oficinas y Despachos de la provincia de Lugo publicado en el DOG de 19 de septiembre de 2000.

6. VARIOS

6.1. Regímenes fiscales preferentes

El régimen fiscal para la declaración de resultados depende, en primer lugar, de la condición jurídica adoptada por la empresa:

- Las empresas con forma de sociedad declaran sus resultados en un impuesto específico, el Impuesto sobre Sociedades (IS).
- Los empresarios individuales declaran los resultados del negocio en su Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

Como sabemos, en este segundo caso, el cálculo del resultado empresarial puede realizarse de tres maneras:

- Estimación Directa Simplificada, cuando el importe neto de la cifra de negocios no supere los 601.012,10 euros.
- Estimación Directa Normal, cuando el importe neto de la cifra de negocios supere los 601.012,10 euros.
- Estimación Objetiva por Módulos: basada en unos parámetros determinados.

6.2. Normas sectoriales de aplicación

La normativa que concentra todo el interés de las empresas de consultoría es la relacionada con el medio ambiente. Existen multitud de normativas en cuestiones medioambientales, tanto a nivel europeo como español o autonómico. En esta Guía recogemos algunas de las normas más significativas relacionadas con el medio ambiente. En la página web del Ministerio de Medio Ambiente, cuya dirección te facilitamos en el apartado 7.7 Anexo de Páginas Web de Interés, podrás ver todas estas normas.

La normativa comunitaria que consideramos más importante para una consultora medioambiental es:

- Reglamento 880/1992 del Consejo de 23 de marzo de 1992 publicado en el DOCE de 11 de abril relativo a un sistema comunitario de concesión de **etiqueta ecológica**.
- Reglamento 1836/93 del Consejo, de 29 de junio de 1993 publicado en el DOCE de 10 de julio, por el que se permite que las empresas del sector industrial se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales.
- Decisión 264/97, de 16 de abril, publicada en el DOCE de 22 de abril, sobre reconocimiento de procedimientos de certificación de conformidad con el Art. 12 del reglamento mencionado anteriormente.
- Decisión 265/97, de 16 de abril, publicado en el DOCE de 22 de abril, sobre reconocimiento de la **norma internacional ISO 14001**: 1996 y de la norma europea EN 14001: 1996 que establecen especificaciones para sistemas de gestión medioambiental de conformidad con el Art. 12 del reglamento 1836/93.
- Decisión de 16 de abril, publicada en el DOCE de 22 de abril, sobre reconocimiento de **procedimientos de certificación**.
- El Reglamento (CE) 761/2001 de 19 de marzo de 2001, publicado en el DOCE de 24 de abril por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditorías medioambientales (**EMAS**). Las directrices para la aplicación de este reglamento se establecen en la Decisión 2001/681 de 7 de septiembre de 2001, publicada en el DOCE de 17 de septiembre.
- Recomendación 2001/331/CE de 4 de abril de 2001 publicado en el DOCE de 27 de abril, sobre los criterios mínimos de las **inspecciones medioambientales** en los Estados Miembros.
- Decisión 2000/728 de la Comisión de 10 de noviembre de 2000 publicado en el DOCE de 22 de noviembre por el que se establecen los cánones de solicitud anuales de la etiqueta ecológica.

- Reglamento 1655/2000 de 17 de julio de 2000 publicado en el DOCE de 28 de julio por el que se establece un instrumento financiero para el medio ambiente.
- Recomendación de la Comisión de 30 de mayo de 2001 relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de mediciones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas.
- Directiva 2004/35/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, sobre responsabilidad medioambiental en relación con la prevención y reparación de daños medioambientales, publicado en DOUE nº L143 de 30 de abril de 2004.

A nivel estatal, la normativa más significativa es la Ley 38/1995 de 12 de diciembre, publicada en el BOE de 13 de diciembre, por la que se regula el derecho de acceso a la información en materia de medio ambiente, y el RD Ley 9/2000 de 6 de octubre sobre Evaluación de Impacto Medioambiental. Junto con éstas hay múltiples normativas especializadas.

La legislación medioambiental en el ámbito autonómico procede de la normativa europea. La normativa específica podrás consultarla en la página web de la Consellería de Medio Ambiente.

6.3. Ayudas

En este epígrafe te describiremos los planes específicos de ayuda en vigor para actividades relacionadas con el medio ambiente. En el apartado 7.5 Anexo de Ayudas podrás ver otros programas de ayuda de carácter más general.

La práctica totalidad de las ayudas que se establecen a nivel comunitario, estatal y autonómico en materia de medio ambiente están destinadas a las empresas que establezcan acciones para minimizar el impacto que sus actividades provocan sobre el medio ambiente. El único programa de ayudas para el tipo de empresa que estamos analizando es el **Programa LIFE III**, financiado con fondos europeos. Dentro de este plan se desarrolla el Plan LIFE-Medio Ambiente, orientado a aquellos proyectos que permitan el desarrollo de métodos innovadores en materia medioambiental. Las características del programa así como los requisitos y la documentación necesaria puedes solicitarla en la Dirección General de Medio Ambiente de la Conselleria de Medio Ambiente.

6.4. Organismos

6.4.1. Organismos oficiales

ENTIDAD NACIONAL DE ACREDITACIÓN (ENAC)

Serrano, 240
28016 Madrid
Tlf.: 91 457 32 89
Fax: 91 458 62 80
E-mail: enac@enac.es
Página web: www.enac.es

DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL

Plaza S. Juan de la Cruz, s/n.
28071 Madrid

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE INGENIERÍA Y CONSULTORÍA DE LOS RECURSOS NATURALES Y DEL MEDIO AMBIENTE

Serrano, 23
28001 Madrid
Tlf.: 91 431 37 60
Fax: 91 575 54 99
Página web: www.tecniberia-rnma.org

CONSELLERÍA DE MEDIOAMBIENTE

San Lázaro, s/n
15781 Santiago de Compostela
Tlf.: 981 54 10 50
Fax: 981 54 11 00
E-mail: webmaster.cma@xunta.es
Página web: www.xunta.es/conselle/cma/

MINISTERIO DE MEDIOAMBIENTE

Plaza de San Juan de la Cruz, s/n
28071 Madrid
Tlf.: 91 597 60 00
Página web: www.mma.es

6.4.2. Asociaciones profesionales

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN

Génova, 6
28004 Madrid
Tlf.: 91 432 60 00
Fax: 91 310 36 95
E-mail: info@aenor.es
Página web: www.aenor.es

ICICT. SA

Garrotas, 10-12. Edificio Océano, Parque de Negocios "Mas Blau"
08820 El Prat de Llobregat
Barcelona
Tlf.: 93 478 11 31
Fax: 93 478 07 68
E-mail: icictsa@sct.ictnet.es
Página web: www.icictsa.com/esp/home.htm

BUREAU VERITAS QUALITY INTERNATIONAL ESPAÑA SA

Francisca Delgado, 11
28108 Alcobendas
Madrid
Tlf.: 91 270 22 00
Fax: 91 270 22 99
Página web: www.bureauveritas.es

CENTRE DE CERTIFICACIÓ-LABORATORI GENERAL D'ASSAIGS INVESTIGACIÓ

Ctra. D'Acces a la Facultat de Medicina de la UAB
08290 Cerdanyola del Vallés
Barcelona
Tlf.: 93 691 92 11
Fax: 93 478 75 78
E-mail: lgai@lgai.es
Página web: www.lgai.es

DET NORSKE VARITAS ESPAÑA

Marqués de Valladares, 23. Pl. 3- of. 2
36201 Vigo
Tlf.: 93 479 26 00
Fax: 93 478 75 78
E-mail: vigo@dnv.com
Página web: www.dnv.com

6.4.3. Centros de estudios

En la actualidad, en la mayoría de las Universidades ofrecen formación en materia medioambiental. A continuación, te detallamos algunos de los cursos ofertados. Para más información puedes dirigirte a la página del Ministerio de Medio Ambiente, donde se recogen las universidades y centros que ofrecen formación en esta materia.

INTERNATIONAL UNIVERSITY STUDY CENTER

Fontanella, 19
08010 Barcelona
Tlf.: 902 103 859
Fax: 93 318 45 66
Página web: www.iusc.es

ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

Avda. Gregorio del Amo, 6. Ciudad Universitaria
28040 Madrid
Tlf.: 91 349 56 00
Fax: 91 554 23 94
Página Web: www.eoi.es

CEPADE

Avda. de Brasil, 23
28020 Madrid
Tlf: 91 556 24 95
Fax: 91 556 60 11
E-mail: infocepade@cepade.es
Página Web: <http://www.cepade.es>

6.5. Páginas útiles en Internet

En el apartado 7.7 Anexo de Página Web de Interés te ofrecemos un listado de las páginas web que consideramos relacionadas de manera directa o indirecta con tu futura actividad.

6.6. Bibliografía

- Análisis sectorial de la auditoría y consultoría, Dbk.
- Aplicaciones prácticas de gestión ambiental. Punto Crítico, número 15.
- Certificación en España según norma UNE en ISO 9000 y 14000, Forum Calidad.
- Empleo y formación en el sector del medio ambiente en España, Fundación Entorno, 2000.
- Informe 2001 de la gestión medioambiental de la empresa española, Fundación Entorno
- Procedimiento de acreditación de verificadores medioambientales, ENAC.
- Folk, R., Perfil profesional del responsable medioambiental, Fundación Forum Ambiental.
- Maside, J.M., Un reto para la empresa gallega en el siglo XXI: Imagen vs. Gestión Medioambiental, Revista Galega de Economía, volumen 10, 2001.
- Romero Prida, B. y García Gutiérrez I., La gestión integrada de la calidad, la seguridad y el medio ambiente: un desafío para las empresas del siglo XXI, La Ley-Actualidad SA, 2000.
- Vega de Seoane Kindelán, A., Gestión medioambiental y prevención de riesgos en la industria moderna, La Ley-Actualidad SA, 2000.

6.7. Glosario

Amenazas: Fuerzas del entorno que impiden o dificultan la implantación de una estrategia.

Amortización: Tratamiento contable que recoge la pérdida de valor de los activos fijos, es decir, de bienes de la empresa tales como: vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

Barreras a la entrada: Factores que dificultan o evitan por completo la entrada de nuevos competidores en el mercado.

Barreras a la salida: Factores de tipo económico, estratégico o emocional que hacen que una empresa siga compitiendo en un negocio, aún cuando sus resultados sean insatisfactorios o, incluso, negativos.

Beneficio sobre inversión: Porcentaje que resulta de dividir el beneficio entre el importe que representa las inversiones necesarias para el arranque.

Beneficio sobre ventas: Porcentaje que resulta de dividir el beneficio entre los ingresos obtenidos por las ventas.

Condición jurídica: Estructura legal que puede adoptar una empresa.

Fuerza de ventas: Conjunto de personas que se ocupan de las tareas relacionadas directamente con la venta de los productos fabricados o distribuidos por la empresa.

IAE (Impuesto de Actividades Económicas): Tributo que grava el ejercicio de las actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en un local determinado. Es obligatorio para toda sociedad, empresario o profesional y se formula separadamente para cada actividad. El plazo es de diez días hábiles antes del inicio de la actividad y la validez de un año natural; se renueva automáticamente.

Margen bruto: Resultado de explotación obtenido de la diferencia entre los ingresos y los gastos sin deducir los impuestos.

Margen comercial: Diferencia entre el precio de venta y el precio de coste del producto. Se suele expresar en términos de porcentaje respecto del precio de venta.

Mercado: Conjunto de personas, empresas o instituciones capaces de adquirir el producto que se va a ofrecer a través de la nueva empresa.

Oportunidades: Todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa o represente una posibilidad para mejorar la cifra de negocios o la rentabilidad.

Plan de empresa: Documento en el que se analiza el contenido del proyecto empresarial y en el que se describen todos los elementos de la empresa.

Productos sustitutivos: Productos que satisfacen las mismas necesidades que los que oferta la nueva empresa.

Público objetivo: Segmento o segmentos de mercado a los que la empresa dirige su oferta comercial.

Puntos débiles: Aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo de la estrategia y constituyen una amenaza para la organización.

Puntos fuertes: Capacidades, recursos, posiciones alcanzadas, etc. que constituyen ventajas competitivas que pueden servir para explotar oportunidades y/o superar amenazas.

Sector industrial: Conjunto de empresas que comparten una misma tecnología.

Segmentos del mercado: Divisiones de un mercado según características comunes.

Ventaja competitiva: Característica de un producto o marca que otorga cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos.

Viabilidad económica: Cualidad de un proyecto del que obtenemos un excedente (beneficio) suficiente que permite hacer frente al coste de su deuda, a la remuneración de sus accionistas y a la financiación de una parte de su crecimiento, una vez que alcanza su capacidad de producción plena y después de haber deducido todo sus costes.

7. ANEXOS

7.1. Anexo de información estadística de interés

0400 Contexto sectorial

Ya que uno de los principales clientes de las consultoras medioambientales es la Administración Pública, por lo que conocer el presupuesto que dedica al medio ambiente te puede ayudar a hacerte una idea de tu posible mercado potencial. En el siguiente cuadro te proporcionamos el presupuesto de la Consellería de Medio Ambiente en los años 1999, 2000, 2001, 2002 y 2004.

Cuadro 0400.1: Presupuesto de la Consellería de Medio Ambiente, 1999-2004, (euros)

	Personal	Bienes corrientes y servicios	G. Financ.	Transf. Corrientes	Inv. Real
1999	30.595.513	2.150.944	-	182.107	59.501.112
2000	48.840.714	2.219.682	-	182.107	71.864.099
2001	60.554.638	2.502.156	318.537	2.721.666	73.634.755
2002	63.668.330	2.585.307	35.981	2.866.632	81.774.351
2004	66.821.357	7.175.297	35.981	3.176.979	84.729.456
	Transf. de Capital	Activos financieros	Pasivos financieros	TOTAL	
1999	45.413.965	-	-	137.843.641	
2000	43.399.877	3.606.073	-	170.112.552	
2001	112.040.593	6.130.324	-	257.902.669	
2002	120.802.951	-	-	271.733.552	
2004	132.672.330	-	-	294.611.400	

Fuente: Orzamentos Xerais da Comunidade Autónoma de Galicia

0524 Análisis de los clientes

A continuación te mostramos los datos de las empresas de la zona:

Cuadro 0524.1: Estructura empresarial de la Mariña Lucense, 2002 (unidades)

	Todas las actividades	Industria, incluida la energía	Construcción	Servicios
Alfoz	110	19	29	62
Barreiros	194	18	46	130

Burela	569	35	66	468
Cervo	205	20	27	158
Foz	609	52	125	432
Lourenzá	228	33	43	152
Mondoñedo	280	37	44	199
Ourol	37	4	3	30
Pontenova, A	244	31	39	174
Ribadeo	648	47	104	497
Riotorto	136	30	24	82
Trabada	72	8	12	52
Valadouro, O	136	12	25	99
Vicedo, O	95	6	20	69
Viveiro	932	77	123	732
Xove	127	10	21	96
Total Zona	4.622	439	751	3.432
Provincia de Lugo	22.086	1.993	3.100	16.993
Comunidad de Galicia	170.914	15.059	22.720	133.135

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IGE 2002

7.2. Anexo de ferias

Te ofrecemos aquí una relación de los eventos más significativos a nivel nacional relacionados con la actividad de la consultoría medioambiental. Las fechas varían de unos años a otros, incluso alguna exposición puede no celebrarse en el año.

LOCALIDAD	NOMBRE	FECHA	EVENTO
Barcelona	ECOMED-POLLUTEC	8 febrero	I Congreso Nacional de la Ingeniería y Consultoría Medioambiental.
Zaragoza	SMA	8-11 marzo (bienal)	Salón del Medio Ambiente
Valencia	Ecofira 2002	17-20 abril	Feria del Medio Ambiente del Mediterráneo
Sevilla	FITA	2-5 maio	Feria de la Innovación y Tecnología Medioambiental
Madrid	TECMA	13-16 junio(bienal)	Salón de Técnicas y Servicios para el Medio Ambiente
Pontevedra	Arcoatlantica	4-8 octubre	Semana del Medio Ambiente del Arco Atlántico
Pontevedra		10-12 septiembre	IV Jornadas sobre el Medio Natural

7.3. Anexo sobre modalidades de contratación

A continuación, se muestra una tabla donde puedes ver algunas de las modalidades de contrato más habituales. En ella encontrarás la normativa que debes consultar para obtener información sobre las diferentes modalidades de contratación. También puedes consultar la página web del INEM: www.inem.es.

TIPO DE CONTRATO	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	NORMATIVA
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	Cuando la prestación de servicios se haya acordado durante un número de horas inferior al 77% de la jornada a tiempo completo establecida en el Convenio aplicable/de la jornada máxima legal.	Art. 12 RD 1/1995 de 24 de marzo. RD 15/1998 de 27 de noviembre. RD 144/1999 de 29 de enero
CONTRATO DE INTERINIDAD	Contrato que se celebre con trabajadores desempleados inscritos en los Servicios Públicos de Empleo, para participar en programas públicos para la realización de obras y servicios de interés general y social. Los objetivos de este tipo de contrato son la adquisición de experiencia laboral y mejorar la ocupabilidad del desempleado. Los trabajadores que sean parte en estos contratos no podrán repetir su participación hasta transcurridos tres años desde la finalización del anterior contrato de esta naturaleza, siempre y cuando el trabajador haya sido contratado bajo esta modalidad por un periodo superior a nueve meses en los últimos tres años.	Estatuto de los Trabajadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo Real Decreto 2720/1998, de 18 de diciembre, por el que se desarrolla el artículo 15 del Estatuto de los trabajadores en materia de contratos de duración determinada Ley 12/2001.
CONTRATO DE OBRA O SERVICIO	Es el que se concierta para la realización de una obra o prestación de un servicio, con autonomía y sustantividad propia dentro de la actividad de la empresa y cuya ejecución, aunque limitada en el tiempo, sea en principio de duración incierta.	Art. 15 RD 1/9595 de 24 de marzo, según redacción dada por Ley 63/97 de 26 de diciembre, ampliado por art.1 Ley 12/2001 de 9 de julio. RD 2720/98 de 18 de diciembre. Art. 3 Ley 12/2001 de 9 de julio.
CONTRATO DE RELEVO	Contrato celebrado con un trabajador de la propia empresa con un contrato de duración determinada o con un desempleado (inscrito en la Oficina de Empleo), para prestar	Estatuto de los Trabajadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo Real Decreto 1991/1984, de 31 de octubre, sobre

servicios durante, al menos, la parte de la jornada dejada vacante por quien reduce su jornada, entre un 25 y un 85%, para acceder a la jubilación parcial. El puesto de trabajo del relevista debe ser el mismo o similar que el del sustituido, entendiéndose por similar el correspondiente a tareas del mismo grupo profesional o categoría equivalente, y su horario puede completarse o simultanarse con el del sustituido. El contrato de relevo puede ser por tiempo indefinido o tener una duración determinada.

regulación de la jubilación parcial y de los contratos de relevo y a tiempo parcial Ley 12/2001, de 9 de julio.

CONTRATO DE TRABAJO A DOMICILIO

Es aquel contrato en que la prestación de la actividad laboral se realiza en el domicilio del trabajador o en el lugar libremente elegido por éste y sin la vigilancia del empresario. El contrato de trabajo a domicilio en principio se presume celebrado por tiempo indefinido. Pero puede también celebrarse por tiempo determinado. Todo empresario que ocupe trabajadores a domicilio deberá poner a disposición de estos un documento de control de la actividad que realicen, en el que deben consignarse el nombre del trabajador, la clase y cantidad de trabajo.

Estatuto de los Trabajadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo.

CONTRATO DE TRABAJO DE INSERCIÓN

Contrato que se celebre con trabajadores desempleados inscritos en los Servicios Públicos de Empleo, para participar en programas públicos para la realización de obras y servicios de interés general y social. Los objetivos de este tipo de contrato son la adquisición de experiencia laboral y mejorar la ocupabilidad del desempleado. Los trabajadores que sean parte en estos contratos no podrán repetir su participación hasta transcurridos tres años desde la finalización del anterior contrato de esta naturaleza, siempre y

Apartado 1) d del artículo 15 del Estatuto de los Trabajadores, según redacción dada por el apartado nueve del artículo primero de la Ley 12/2001, de 9 de julio (BOE de 10 de julio).

CONTRATO DE TRABAJO EN GRUPO	<p>cuando el trabajador haya sido contratado bajo esta modalidad por un periodo superior a nueve meses en los últimos tres años.</p> <p>Es el contrato de trabajo celebrado entre el empresario y el jefe de un grupo de trabajadores considerado en su totalidad, no teniendo el empresario frente a cada uno de los miembros del grupo los derechos y deberes que como tal le competen. El grupo de trabajadores es contratado como una totalidad y el jefe del grupo ostenta la representación de los trabajadores que lo integran respondiendo de las obligaciones inherentes a dicha representación. En lo que respecta a la duración puede ser por tiempo indefinido o de duración determinada.</p>	<p>Estatuto de los Trabajadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo.</p>
CONTRATO EN PRÁCTICAS	<p>Facilita la obtención de práctica profesional adecuada a sus estudios por trabajadores con título universitario o formación profesional de grado medio o superior, siempre que hubieran finalizado sus estudios en los últimos 4 años (6 si se trata de un trabajador minusválido). Su duración no podrá ser inferior a 6 meses ni exceder de 2 años.</p>	<p>Art. 11 RD 1/1995 de 24 de marzo. Ley 63/1997 de 26 de diciembre. RD 488/97 de 27 de marzo, que desarrolla el art.11 ET en materia de contratos formativos.</p>
CONTRATO EVENTUAL POR CIRCUNSTANCIAS DE LA PRODUCCIÓN	<p>Se establece para atender a las exigencias circunstanciales del mercado, acumulación de tareas o exceso de pedidos, aún tratándose de la actividad normal de la empresa. Su duración máxima es de 6 meses dentro de un período de 12 meses, sin perjuicio de lo establecido en el convenio.</p>	<p>Art. 15 RD 1/1995 de 24 de marzo según redacción dada por art.1 Ley 12/2001 de 9 de julio RD 2720/98 de 18 de diciembre Art. 3 Ley 12/2001 de 9 de julio.</p>
CONTRATO INDEFINIDO	<p>Es aquél que se concierta sin establecer límites de tiempo en la duración del contrato Su formalización puede ser verbal o escrita, salvo los acogidos al programa público de fomento de la contratación indefinida, minusválidos, etc.</p>	<p>Estatuto de los Trabajadores RD 1/1995 de 24 marzo. Ley 12/2001 de 9 de julio de medidas urgentes de reforma del mercado de trabajo para el incremento de empleo y mejora de su calidad. Ley 24/2001 de 27 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y</p>

CONTRATO INDEFINIDO DE FIJOS DISCONTINUOS	Es el que se concertará para realizar trabajos que tengan el carácter de fijos discontinuos y no se repitan en fechas ciertas, dentro del volumen normal de actividad de la empresa. Los trabajadores serán llamados en el orden y la forma que se determine en los respectivos convenios colectivos.	del orden social. Estatuto de los Trabajadores RD 1/1995 de 24 marzo. RD2317/1993 de 29 de diciembre por el que se desenvuelven los contratos en prácticas y de aprendizaje y los contratos a tiempo parcial. Ley 12/2001 de 9 de julio. Ley 24/2001 de 27 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y del orden social.
CONTRATO INDEFINIDO PARA MINUSVÁLIDO	Contrato realizado entre un trabajador minusválido y el empresario por tiempo indefinido y a jornada completa. Se suscriben a este tipo de contratos los trabajadores minusválidos con un grado de disminución de, como mínimo, un 33%. El trabajador tiene que haber sido declarado minusválido por la Administración y hallarse inscrito en el Registro correspondiente de la Oficina de Empleo. La contratación de minusválidos no es obligatoria excepto en empresas que emplean a 50 o más trabajadores; éstas están obligadas a que de entre los trabajadores, al menos, el 2% sean trabajadores minusválidos	Ley 13/1982, de 7 de abril, de integración social de minusválidos Real Decreto 1451/1983, de 11 de mayo, sobre medidas de fomento del empleo de trabajadores minusválidos. Real Decreto 27/2000, de 14 de enero.
CONTRATO PARA LA FORMACIÓN	Facilita la contratación de personas sin experiencia para su inserción en el mercado laboral, a través de la formación dada por la empresa. Se establece un máximo de este tipo de contratos en función del tamaño de la plantilla	Art. 11 RD 1/1995 de 24 de marzo. Ley 63/1997 de 26 de diciembre. RD 488/97 de 27 de marzo, que desarrolla el art.11 ET en materia de contratos formativos.

Existen además otro tipo de contratos indefinidos o temporales bonificados que se aplican a colectivos específicos como son por ejemplo: trabajadores en exclusión social, mayores de 45 años, víctima de violencia doméstica etc... Se muestran en el siguiente cuadro:

TIPO DE CONTRATO	CARACTERÍSTICAS	NORMATIVA
CONTRATO PARA MAYORES DE 45 AÑOS	Es necesario estar desempleado e inscrito en el Servicio Público de Empleo y ser mayor de 45	Estatuto de los trabajadores. Real Decreto Legislativo

	años.	1/1995, de 24 de marzo Ley 53/2002 de 30 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y del orden social
CONTRATO PARA TRABAJADORES QUE SE ENCUENTRAN EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL	Es necesario estar desempleado e inscrito en el Servicio Público de Empleo en situación de exclusión social. La exclusión se acreditará por los correspondientes servicios sociales municipales	Estatuto de los trabajadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo Ley 53/2002 de 30 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y del orden social
CONTRATO PARA TRABAJADORES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DOMÉSTICA	Es necesario que los trabajadores tengan acreditada por la Administración competente la condición de víctima de violencia doméstica por parte de algún miembro de la unidad familiar de convivencia.	Estatuto de los trabajadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo Ley 53/2002 de 30 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y del orden social

7.4. Anexo de formación

A continuación, te ofrecemos información relacionada con los programas FORCEM para personas en activo y FIP para personas en situación de desempleo.

Plan FIP

La oferta formativa de la Dirección Xeral de Formación e Colocación, perteneciente a la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, es:

CÓDIGO	NOMBRE CURSO
EMZZ86	Técnico en control de calidad (Normas ISO)
FCAM02	Sensibilización ambiental
PTER30	Técnico en sistemas de energías renovables
PTTA40	Técnico en sistemas de distribución de aguas

Fuente: Dirección Xeral de Formación e Colocación

La programación de cursos para el año 2004 es la siguiente:

CÓDIGO	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra
EMZZ86			1	3

Fuente: Dirección Xeral de Formación e Colocación

Programa FORCEM

1. FOREM (CCOO)

Tif.: 981 55 33 10

Éste es el centro de formación del sindicato Comisiones Obreras. En el número de teléfono que te proporcionamos podrás conseguir la información necesaria sobre los cursos que están, actualmente, en vigor.

2. FORGA (CIG)

Tif.: 986 27 20 75

Éste es el centro de formación del sindicato CIG. La información necesaria sobre los cursos relacionados con la consultoría medioambiental y las certificaciones puedes conseguir las en el número que te facilitamos.

3. IFES (UGT)

Tif.: 981 56 92 00

El centro de formación de UGT se denomina IFES. Mediante consulta telefónica puedes averiguar los cursos que imparte este sindicato a nivel de Galicia en el ámbito de actividad que desarrollamos en esta Guía.

7.5. Anexo de ayudas

El apoyo a la cultura emprendedora tiene como finalidad buscar nuevas alternativas y diversificar el tejido productivo de las Comunidades Autónomas. Apareciendo así líneas de ayuda que pretenden facilitar el camino al emprendedor, este apartado se centra en aquellas que ofrece la Consellería de Asuntos Sociales, Emprego e Relacións Laborais, IGAPE, Agader, ICO e INEM. Las direcciones web de estos organismos los podrás encontrar en el punto 8.7 de esta guía. (Anexo de páginas web de interés)

Existen otras pero debe ser el emprendedor el que haga el seguimiento de las mismas.

La Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego mantiene varios programas que apoyan e incentivan la creación de empleo estable mediante ayudas a la contratación indefinida inicial y a la transformación de contratos temporales en indefinidos. Por otra parte, se busca apoyar la iniciativa empresarial de los desempleados mediante el empleo autónomo y diferentes formas de la economía social.

1. Apoyo a emprendedores: Autoempleo y Economía Social

1.1. Fomento de empleo en cooperativas y sociedades laborales

Su objeto es promover acciones e facilitar ayudas e subvenciones que contribuyan a la creación y el mantenimiento de puestos de trabajo.

Tipos de ayuda:

- Por la incorporación de socios colectivos o de trabajo
- Para a contratación de directores o gerentes
- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Adquisición de inmovilizado material e inmaterial.

Estas ayudas son convocadas anualmente.

1.2. Promoción del empleo autónomo

Su fin es promover aquellos proyectos que permitan a los trabajadores establecerse como autónomos. Sus beneficiarios son desempleados inscritos que proyecten al creación de su propio puesto de trabajo.

Tipos de ayuda:

- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Rentas por inicio de actividad

Estas ayudas son convocadas anualmente.

1.3. Ayudas a mujeres emprendedoras. Programa EMEGA.

La finalidad de este Programa es la de subvencionar el establecimiento de la mujer como empresaria, como medio adecuado para su integración laboral, bajo cualquier forma de sociedad, cooperativa o establecimiento como trabajadora autónoma, con domicilio social y fiscal en la Comunidad Autónoma de Galicia. La ayuda irá destinada a sufragar los gastos derivados de:

- La puesta en marcha de la actividad

-Funcionamiento de las empresas que tengan el inicio de su actividad en el periodo de la convocatoria.

Estas ayudas son convocadas anualmente

1.4. Creación y mantenimiento de centros de especiales de empleo

Su objeto es incentivar los centros especiales de empleo en cuanto fórmulas empresariales eficaces para generar empleo estable para personas desempleadas con discapacidad.

Tipos de ayuda:

Para la creación e ampliación de centros especiales de empleo:

- Ayudas para la asistencia técnica.
- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Adquisición de activo fijo

Para el mantenimiento de los centros especiales de empleo:

- Bonificación en las cuotas de la Seguridad Social y subvención del coste salarial de los puestos de trabajo
- Subvenciones para la adaptación de los puestos de trabajo y eliminación de barreras arquitectónicas.
- Subvención para el saneamiento financiero

Estas ayudas son convocadas anualmente.

1.5. Ayudas a personas con discapacidad que se establezcan como autónomos

Dirigido a personas con certificado de discapacidad inscritos como demandantes de empleo que pretendan establecerse como autónomos.

Tipos de ayuda:

- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Rentas de inicio de actividad
- Subvención a la creación del puesto de trabajo propio, en función de la inversión en activo fijo

Estas ayudas son convocadas anualmente.

1.6. Iniciativas Locales de Empleo e Iniciativas de Empleo Rural

Se entiende por Iniciativas de Empleo los proyectos empresariales de carácter privado innovadores, generadores de empleo, promocionados y apoyados por la Xunta de Galicia o por administraciones locales de carácter territorial de la Comunidad Autónoma Gallega, previamente cualificados como iniciativas de empleo e inscritos como tales en el registro administrativo habilitado a tal fin en las Delegaciones Provinciales y en la Dirección Xeral de Promoción do Emprego de la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais

Estas ayudas, tienen como finalidad el fomentar y promover la creación de empresas innovadoras, económica y financieramente viables, que generen empleo estable en el ámbito local y en el medio rural.

Las ayudas que se pueden solicitar son las siguientes:

- Subvención a la creación directa de empleo estable
- Subvención por asistencia técnica para la contratación de expertos técnicos de alta cualificación
- Subvención financiera
- Ayuda para el inicio y puesta en marcha de la actividad.

Esta ayuda se regula por el Decreto 9/2000, do 12 de enero (DOG nº18, 27/01/2000) y su convocatoria es de carácter anual.

1.7. Iniciativas de empleo de base tecnológica

Se dirige a PYMES proyectos empresariales innovadores de contenido científico y/o tecnológico, previamente cualificados como iniciativas de empleo de base tecnológica (Iebt's) e inscritos en el registro administrativo habilitado al efecto en la Dirección Xeral de Promoción do Emprego.

Tipos de ayudas:

- A la creación directa de empleo estable
- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Subvención por asistencia técnica para la contratación de expertos técnicos de alta cualificación
- Apoyo a la función gerencial
- Subvención gastos de inicio de actividad
- Para el mantenimiento de empleo estable, en función de la existencia de gastos de alquiler

Estas ayudas son convocadas anualmente.

2. Incentivos a la contratación por cuenta ajena

2.1. Programas de fomento de la estabilidad en el empleo

Esta actuación tiene por objeto el fomento de la estabilidad en el empleo, a través del fomento de la contratación indefinida inicial o por transformación de contratos de duración determinada, a través de los siguientes programas:

- Programa de fomento de la contratación indefinida de colectivos de desempleados con mayores dificultades de inserción laboral
- Programa de fomento de la estabilidad.
- Programa de fomento de la contratación indefinida inicial vinculada a proyectos de I+D

Tipo de ayuda

- Subvenciones por trabajador contratado

Estas ayudas son convocadas anualmente.

2.2. Incentivos a la contratación indefinida de personas con discapacidad

Dirigido a empresas que contraten con carácter indefinido a trabajadores discapacitados desempleados o procedentes de centros especiales de empleo, o que transformen en indefinidos contratos temporales.

Tipos de ayuda:

- Subvención por trabajador contratado por tiempo indefinido y a jornada completa
- Para la adaptación de los puestos de trabajo.
- Bonificación cuotas de la Seguridad Social

Estas ayudas son convocadas anualmente.

2.3. Programas de incentivos a la contratación por cuenta ajena como medida de mejora de la empleabilidad de colectivos desfavorecidos.

Su objeto es establecer incentivos a la contratación temporal de grupos con desventajas en el acceso al mercado laboral. Integra los siguientes programas:

- Programa de fomento de la contratación temporal de los trabajadores pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social.
- Programa de los contratos en prácticas de jóvenes titulados y para la innovación tecnológica
- Programa de fomento de la contratación temporal de los desempleados incorporados al Programa Labora

Tipos de ayuda

- Subvenciones por trabajador contratado

Estas ayudas son convocadas anualmente.

2.4. Incentivos a la contratación dirigidos a conciliar la vida laboral y familiar

Con la finalidad de promover la igualdad de oportunidades y favorecer la conciliación de vida laboral y familiar se contemplan dos tipos de ayudas:

- Por la reincorporación a la empresa de personas trabajadoras tras un proceso de maternidad/paternidad
- Por las contrataciones de interinidad para la sustitución de trabajadores en excedencia para el cuidado de familiares o con reducción de la jornada de trabajo por motivos familiar

Tipos de ayuda:

- En el primer caso, ayuda de cuantía igual a parte de las cuotas a la Seguridad Social
- En el segundo, ayuda económica complementaria

Estas ayudas son convocadas anualmente.

2.5. Ayudas a empresarios sin asalariados dirigidas a la contratación de su primer trabajador fijo

Ayuda a la contratación del primer trabajador fijo, siempre que pertenezca a alguno de los colectivos especificados en la convocatoria, contemplándose la posibilidad de contratación de familiares que tengan la consideración de trabajadores autónomos .

Tipo de ayuda

- Subvención equivalente a un 30% de la base mínima de cotización correspondiente al grupo de cotización del trabajador

Estas ayudas son convocadas anualmente.

El Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) es un instrumento para la promoción y el fomento de la inversión productiva en Galicia

De entre todas las posibilidades que ofrece, se presentan a continuación las dos líneas genéricas más adecuadas para emprendedores que inicien su actividad:

1. Programa Emprendedores, que pretende favorecer la aparición de nuevos emprendedores y creación de nuevas iniciativas mediante:

- Apoyo a la formación y a la elaboración del plan de empresa.

- Apoyos a la implantación: concesión de subvenciones a las inversiones y gastos de puesta en marcha, préstamos, intermediación en la concesión de recursos financieros, apoyos a la creación de viveros de empresas y servicios de tutoría

2. Microcréditos: Ayuda para la adquisición de activos fijos. Con las características que te mostramos a continuación.

Cuantía máxima del préstamo-----25.000 euros

Inversiones-----Activos fijos

Garantías-----Aval de SRG

Solicitudes-----Se presentan en el IGAPE

También en el ámbito de la comunidad autónoma de Galicia, se están aplicando diversos programas de ámbito local o comarcal, cuyo fin es promover el desarrollo económico en zonas rurales. Aunque la gestión depende de los denominados Grupos de Acción Local, son coordinados a través de la Agencia Galega de Desenvolvemento Rural – AGADER. Actualmente están en vigor los programas Leader +, Proder II y Agader.

Se podrá obtener más información a través del Grupo de Acción Local que opere en cada zona, cuyos datos de contacto serán facilitados en los ayuntamientos o directamente en AGADER.

A nivel estatal existe la posibilidad de acudir a préstamos en condiciones ventajosas articulados a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO).

De entre todas las posibilidades que ofrece, se presentan a continuación las dos líneas genéricas más adecuadas para emprendedores que inicien su actividad:

1.Línea PYME: Tiene como objetivo financiar en condiciones preferentes las inversiones en activos fijos productivos llevadas a cabo por Pymes. Está destinado a Pequeñas y medianas empresas (menos de 250 trabajadores) de cualquier sector económico que realicen inversiones en España, se financia hasta el 70% del proyecto de inversión neto.

2.Línea de Microcréditos para España : Tiene como objetivo financiar la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas por parte de personas que carezcan de garantías bancarias o aval. Esta destinada para todas aquellas personas que por carecer de garantías no tengan acceso a otro tipo de financiación, se financia hasta el 95% de la inversión a realizar, con un límite de 25.000 euros

Se solicitan en la mayoría de las entidades financieras.

Por último, aquellos emprendedores que tengan derecho a la prestación por desempleo, podrán solicitar el pago único en el Instituto Nacional de Empleo – INEM, de manera que perciban de una sola vez y de forma anticipada la mencionada prestación, facilitando así poder acometer las inversiones iniciales. En el caso de emprendedores que se den de alta como autónomos, cuando no sean personas con un grado de minusvalía igual o superior al 33%, únicamente se percibirá un máximo del 20% de esta prestación en el momento inicial, destinándose la cantidad restante a la reducción de las cuotas mensuales que este deberá de abonar a la Seguridad Social. Esta ayuda está regulada por la Ley 45/2002, de 12 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma del sistema de protección por desempleo y mejora de la ocupabilidad.

7.6. Anexo de proveedores

En esta actividad existen dos tipos de proveedores: maquinaria y suministros. A continuación, te proporcionamos una serie de referencias a títulos orientativo que identificamos en las entrevistas y en las fuentes secundarias consultadas que pueden ser un punto de partida en la búsqueda de proveedores para tu negocio.

1. Comprobamos que en directorios comerciales tales como QDQ y Páginas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, puedes encontrar proveedores situados en tu zona:

- Páginas Amarillas: Los proveedores de material sanitario y maquinaria se encuentran bajo el epígrafe: Control de calidad y los de material informático en : Informática equipos-programas, Fabricantes-mayoristas, Servicios a empresasa, Instalación y mantenimiento. Los proveedores de material de oficina se agrupan en los epígrafes: Muebles de oficina, Establecimientos, Fabricantes y Almacenistas. Además puedes acceder al formato electrónico en la

página web www.paginas-amarillas.es, con la ventaja de seleccionar cualquier provincia o localidad.

- QDO: En el epígrafe Mobiliario de oficina puedes encontrar proveedores de este tipo de muebles y en el de Informática (hardware y software, servicios y tiendas) proveedores de material informático. Los proveedores dedicados a los controles de calidad los encontrarás bajo el epígrafe Control de calidad. También puedes consultar la versión electrónica www.qdq.com.
- Páxinas Galegas.

2. Publicaciones especializadas:

- Revista Renewable Energy World: Revista especializada donde se anuncian proveedores del sector de residuos (transporte, tratamiento), bajo previo registro. Está disponible en soporte electrónico y su dirección es: www.jxj.com/magsandj.rew.
- Revista Cogeneration and On-site Power Production: Revista en formato electrónico donde encontrarás proveedores entre los anunciantes. La dirección de la revista es: www.rjxj.com/magsandj/cospp
Esta revista la publica James&James

3. Asociaciones (de la propia actividad o de profesionales): En ellas te puedes informar sobre proveedores para tu negocio. La página web del ICEX (www.icex.es) cuenta con una base de datos de asociaciones existentes en España clasificadas por sectores (Asoc).

Constatamos que en las siguientes asociaciones facilitan direcciones de proveedores:

- Asociación Profesional de Empresas de Medio Ambiente (APROEMA)
Plaza de América, 2 Portal de oficinas 2ºA
36211 Vigo
Tlf.: 986 24 46 02
Fax: 986 24 46 68

4. Portales:

- www.portalempresas.com: Portal genérico dedicado a todo tipo de empresas. Pinchando en Consultoría puedes ver la relación de empresas y proveedores que realizan controles de calidad.
- www.portaltecnologia.com: Portal genérico sobre empresas tecnológicas donde encontrarás proveedores tanto de material de laboratorio como de material informático.

5. Bases de datos: Existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son las de la Cámara de Comercio, Ardán (del Consorcio da Zona Franca de Vigo) y otras bases de datos privados.

7.7. Anexo de páginas web de interés

TEMÁTICAS

- Informe sobre la coyuntura económica del sector medioambiental. Este informe se encuentra dividido por capítulos. Las páginas donde se encuentra son:

- www.mma.es/info_amb/estado_ma/coyunt/semestr00/sintesis.pdf
- www.mma.es/info_amb/estado_ma/coyunt/semestr00/pto2.pdf
- www.mma.es/info_amb/estado_ma/coyunt/semestr00/pto3.pdf
- www.mma.es/info_amb/estado_ma/coyunt/semestr00/pto4.pdf
- www.mma.es/info_amb/estado_ma/coyunt/semestr00/pto5.pdf
- www.mma.es/info_amb/estado_ma/coyunt/semestr00/pto6.pdf

- Asociación Española para la Calidad: www.aec.es

- Environmental Protection Agency (EPA): www.epa.gov

- Environmental Business Internacional (EBI): www.ebiconsultants.com

- AENOR: www.aenor.es

- Agrupación Catalana de Ingenieros y Consultores Medioambientales (ACECMA): www.acecma.es

- Fundación Entorno: www.fundacion-entorno.org

- Asociación Profesional de Empresas del Medio Ambiente (APROEMA): www.aproema.com

- Entidad Nacional de Acreditación (ENAC): www.enac.es

- Información sobre ISO 14000: www.iso14000.com

ORGANISMOS

- Consellería de Medio Ambiente: www.xunta.es/conselle/cma
- Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais: www.xunta.es/conselle/as
- Ministerio de Medio Ambiente: www.mma.es
- Ministerio de Ciencia y Tecnología: www.mct.es

LEGISLACIÓN

- Convenio Colectivo Aplicable a las Consultoras Medioambientales:
www.fes.ugt.org/seguros/convenios/ingenie/12ccingenierias.pdf

7.8. Reflexiones para hacer el estudio de mercado

A continuación, hemos considerado oportuno incluirte una serie de puntos que creemos deben ser considerados en el análisis del mercado, ya que pueden condicionar la estrategia comercial a desarrollar:

- ¿Las empresas de la zona donde has pensado ubicarte pertenecen a alguno de los sectores de los que más invierten en materia de medio ambiente? (*Ver apartado 4 El contexto sectorial*)
- ¿En qué localidad tienes pensado situarte? ¿Está en una zona donde el tejido empresarial es abundante?, ¿cuál es el tamaño de tu mercado?, ¿has decidido el ámbito en el que vas a desarrollar tu actividad? (comarcal, provincial...), ¿te has puesto en contacto con empresas como la tuya que actúen en otra zona? (*Ver apartado 5.1.2 Tamaño de mercado*)
- ¿Crees que tu servicio aporta un elemento diferenciador con respecto a los que ofrecen otras consultoras existentes en el mercado?, ¿por qué crees que el cliente va a comprar tu servicio?, ¿has realizado una primera aproximación de los servicios que deberá contener tu cartera? (*Ver apartado 5.1.3 Previsiones de futuro*)
- ¿Conoces la cifra de empresas de consultoría que prestan servicios similares a los que tienes previsto prestar tú? (*Ver apartado 5.2.2 Análisis de los competidores potenciales*)
- ¿Has localizado empresas que te puedan suministrar los productos y servicios que necesitas para tu negocio? (*Ver apartado 5.2.4 Análisis de los proveedores*)
- ¿Has pensado la cartera de servicios que vas a prestar? (*Ver apartado 5.3.1 Producto*)
- ¿Cómo vas a elaborar los presupuestos? (*Ver apartado 5.3.2 Precio*)
- ¿Cuál es la forma que has pensado utilizar para darte a conocer?, ¿has valorado cuánto te va a costar en tiempo y dinero?, ¿cuáles crees que serán las herramientas de promoción más efectivas? (*Ver apartado 5.3.4 Promoción*)
- ¿Has estimado las posibilidades que tienes de alcanzar la cifra de negocio que te permita llegar al umbral de rentabilidad de la empresa? (*Ver apartado 5.4.4 Estructura de la cuenta de resultados*)

- ¿Has realizado una previsión de ingresos?, ¿qué factores has analizado? (*Ver apartado 5.4 Análisis económico-financiero*)
- ¿Has analizado cómo vas a financiar las inversiones necesarias par comenzar en la actividad?, ¿conoces las características de funcionamiento de una consultora?, ¿has hecho el análisis estimativo del tiempo que transcurrirá entre la apertura de tu negocio y su funcionamiento normal?, ¿has pensado cómo hacer frente, mientras, a los gastos? (*Ver apartado 5.4.5 Financiación*)
- ¿Conoces las posibles subvenciones a las que puedes acceder? (*Consultar apartados 6.3 Ayudas y 7.5 Anexo de ayudas*)

8. NOTA DE LOS AUTORES

Autores de la adaptación:

Rosa Lage Canoura, Técnico do Concello de Xove.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, diciembre de 2004