

GUÍA INTERACTIVA “EMPREENDENVERDE”





GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro



ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	2
INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE EMPRESA, EMPRESA VERDE Y EMPRENDEDOR/A.....	2
EL SECTOR MEDIOAMBIENTAL: NICHOS Y NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.....	10
PROCESO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA VERDE.	14
LÍNEAS DE ASESORAMIENTO Y FINANCIACIÓN EXISTENTES EN EL SECTOR MEDIO AMBIENTAL ..	30
NORMATIVA DE APLICACIÓN.	35
EL PLAN DE NEGOCIO: ASPECTOS TÉCNICOS, COMERCIALES, ECONÓMICOS Y JURÍDICOS.	40
TIPOS DE EMPRESAS VERDES.....	60
ANEXOS.	63

Presentación.

Cualquier proyecto que una empresa inicia y desarrolla, está basado en una idea principal, surgida como respuesta a una oportunidad de negocio. Los factores por los que un emprendedor se inicia en dicho viaje son muy variados, y en la actualidad, factores como el aumento de la concienciación de la sociedad en materia de medio ambiente y el aumento de las exigencias legales ha dado pie a que el sector medioambiental sea considerado como un nuevo yacimiento de empleo con grandes perspectivas de desarrollo y potencial para el autoempleo.

La finalidad de esta guía es promover la creación de empresas del sector medioambiental y proporcionar herramientas prácticas a los emprendedores para elaborar sus proyectos.

Introducción al concepto de empresa, empresa verde y emprendedor/a.

EMPRESA

Cuando pensamos en una empresa, habitualmente la imaginamos como una fábrica con una cadena de producción larga, sobre la que se van ensamblando piezas hasta que se obtiene un producto final. Sin embargo, existen otro tipo de empresas que no producen bienes materiales, sino servicios, como un despacho de abogados que se dedica al asesoramiento jurídico o un taller que ofrece reparaciones. ¿Qué tienen en común todas estas empresas? Que combinan factores productivos (trabajadores, maquinaria, recursos, materias primas, etc.) para obtener bienes y servicios con los que satisfacer las necesidades de los clientes. Es por esto por lo que las empresas juegan un papel relevante en las economías: asumen la función de producción de bienes y servicios (unidades básicas de producción).

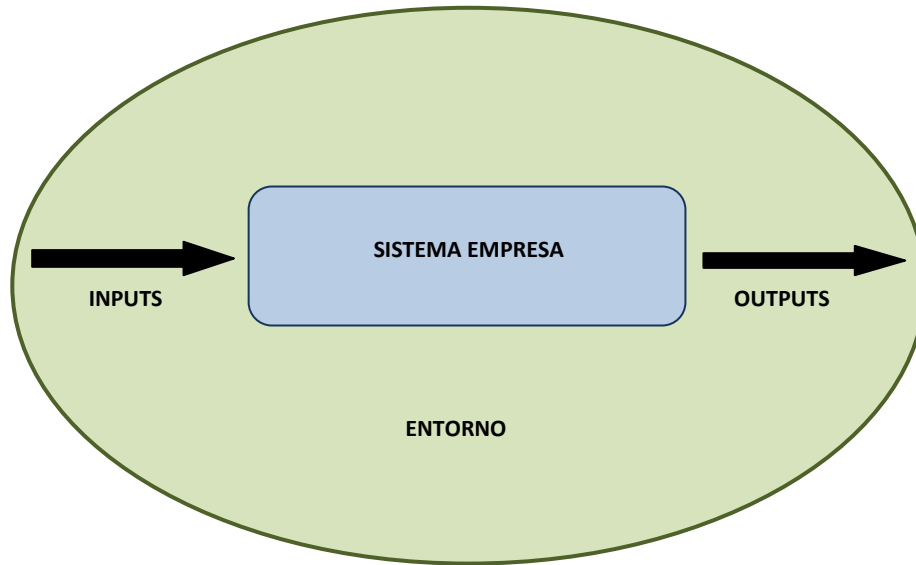
Es importante destacar que dicha función de producción no puede desarrollarse en una economía sin la relación con el resto de agentes económicos. Los bienes y servicios son adquiridos por las economías domésticas (familias), las cuales asumen la función de consumo, comprando la producción de las empresas ya que otorgan un valor a los bienes. Este valor surge debido a que las necesidades son ilimitadas y los recursos para satisfacerlas no lo son, por ello, quienes los necesitan, están dispuestos a pagar un precio por ellos. A su vez, las empresas necesitan factores productivos para desarrollar su actividad y, parte de esos factores, son aportadas las economías domésticas.

En resumen: las economías domésticas aportan sus factores de producción a las empresas y éstas pagan unas rentas (el sueldo por realizar nuestro trabajo, el alquiler de nuestro piso, el precio de un producto, etc.) a cambio.

Resumiremos las funciones de las empresas en la economía son:

- a) Anticipan las rentas monetarias de los factores productivos. Las empresas pagan a los factores que emplean (sus trabajadores) antes de obtener los ingresos derivados de las ventas de su producción.
- b) Organizan dirigen el proceso productivo.
- c) Asumen riesgos al desconocer en resultado de su actividad.
- d) Crean empleo y riqueza.

La empresa es considerada como un sistema abierto y complejo, en el que los distintos subsistemas y elementos que la componen están interrelacionados y organizados, formando un agregado unitario y desarrollando una serie de funciones cuyo fin es conseguir los objetivos globales de la organización. Esta, como sistema, se relaciona con el entorno, del que recibe entradas (inputs) en forma de recursos humanos, financieros, materiales, etc., que a través de la adecuada transformación permiten obtener unos resultados en forma de productos y/o servicios como salidas del sistema (outputs).



EMPRESA VERDE

Denominamos empresas “verdes” a aquellas empresas involucradas en la sostenibilidad ambiental, que han modificado la tendencia tradicional basada en la generación de beneficios, cumplimiento de la legislación y no en todos los casos el bienestar de sus empleados, por una tendencia hacia la integración dentro de su dinámica de aspectos sociales y medioambientales.

Según diversos estudios, las demandas que las empresas reciben de empleados, clientes, comunidades locales y otros grupos de interés son más variados de lo que nunca antes lo han sido, y cada vez más concienciadas con la conservación del medio ambiente. Sin embargo, las tendencias empresariales tradicionales están tan intensamente acomodadas en nuestras sociedades, por lo que la integración de esas nuevas demandas de carácter social y ambiental es muy complicada.

Satisfacer la demanda de los clientes y gestionar, al mismo tiempo las expectativas del resto de las partes interesadas significa garantizar el éxito de una empresa, integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la misma.

Por otro lado, la fundación Biodiversidad define la empresa verde como aquella organización que contribuye a:

- Descarbonizar la economía y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Reducir el consumo de energía, materias primas y agua mediante estrategias de eco-eficiencia.
- Evitar o minimizar la generación de contaminación y fomentar la reducción, reutilización o reciclaje de residuos.
- Poner en el mercado productos diseñados para minimizar su impacto ecológico a lo largo de su ciclo de vida (ecodiseño).
- Poner en valor los recursos naturales de un territorio fomentando su aprovechamiento sostenible.
- Conservar y restablecer la biodiversidad (especies, espacios y ecosistemas).

En definitiva, son consideradas empresas verdes todas aquellas que en toda su actividad tienen conciencia sobre los efectos que la misma produce sobre el medio ambiente, y que pone medios y recursos para minimizarlos al máximo.

EMPRENDEDOR

Crear es una de las actividades más importantes de las personas. Esta capacidad ha permitido mejorar la sociedad, avanzar y desarrollarse, transformando todos los aspectos de la vida, aumentando su calidad, desde la vivienda, el transporte, las comunicaciones, la salud y el ocio entre otros. En estos procesos participan numerosas personas con habilidades dispares. El

emprendedor es aquel capaz de identificar oportunidades, anticiparse y hacerlas realidad asumiendo un riesgos. El espíritu emprendedor está ligado a la iniciativa y a la acción.

Existen innumerables definiciones con características comunes en todas ellas, de las que se puede esclarecer que un emprendedor es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que esta generando algún tipo de innovación y empleo.

Las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar, tienen voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente, son creativos y flexibles. Hay emprendedores en todos los ámbitos: en el económico, en el científico, en el político...

En el ámbito económico el espíritu emprendedor se identifica con el espíritu empresarial. La creación de una empresa implica identificar una oportunidad de negocio, organizar los recursos necesarios para su puesta en marcha y hacerla realidad.

Los costes de poner en marcha el proyecto deben ser inferiores al valor que generan a la sociedad, de tal forma que el empresario obtenga beneficios de su actividad emprendedora.

Dentro de las cualidades de los emprendedores destacaremos:

PERSONALES

A. CREATIVIDAD

- Facilidad para imaginar ideas y proyectos nuevos.
- Proponer soluciones originales.
- Saber analizar e investigar.

B. AUTONOMÍA

- Funcionar sin necesidad de supervisión.
- Tomar iniciativas y decisiones.
- Confianza en uno mismo.

- Positividad.
- Apostar por las propias aptitudes y capacidades.
- Confiar en los propios recursos y posibilidades.

C. TENACIDAD

- Mostrar constancia y tesón en aquello que se emprende.
- Inscribir las propias acciones en la idea de perseverancia y de llegada a término.

D. SENTIDO DE LA RESPONSABILIDAD

- Cumplimiento De las obligaciones contraídas consigo mismo y con el grupo.

E. CAPACIDAD DE ASUMIR RIESGO

- Actuar con decisión ante situaciones que requieren valentía por su dificultad.

SOCIALES

A. LIDERAZGO

- Implicar a los demás a la realización de proyectos.
- Influir en los demás y contar con sus cualidades personales, conocimientos y habilidades.

B. ESPIRITU DE EQUIPO

- Capacidad para trabajar en colaboración con los demás, compartiendo objetivos y métodos de actuación.

C. SOLIDARIDAD

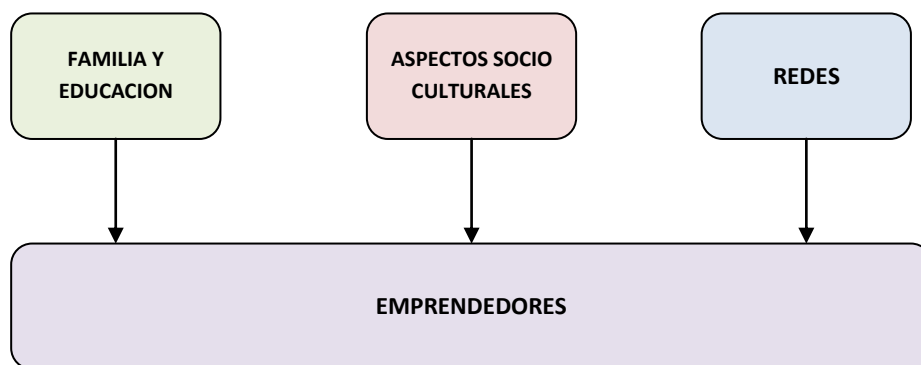
- Aceptar y sentirse responsable de las elecciones del grupo u organización.

¿Por qué surgen los emprendedores? Diversos estudios distinguen entre tres tipos de emprendedores: el personal, el social y el reticular.

El emprendedor personal plantea que la capacidad de emprender surge como consecuencia del desarrollo de la persona, influido por aspectos como la familia, la educación y aquellos aspectos que acompañan a la persona e su etapa inicial. Esta definición plantea lo importante que es la influencia paternal en el desarrollo del espíritu emprendedor de los hijos, además de la importancia de la educación.

Por otro lado, está demostrado que ciertas comunidades son más emprendedoras que otras. Esto ha planteado la existencia de una causa social que explica el espíritu emprendedor, es decir, existen grupos de personas donde este se desarrolla más, atribuyendo dicho espíritu a las características de convivencia social y a las necesidades económicas de dichas comunidades.

Para terminar, la perspectiva reticular es aquella cuyo espíritu emprendedor surge como consecuencia de facilitar a las personas el acceso a la información y reducir los costes de los recursos necesarios para emprender proyectos.



La existencia de emprendedores innovadores es fundamental para impulsar el desarrollo económico de un país, siendo la innovación una de las principales fuentes de ventaja competitiva de las empresas y de las economías.

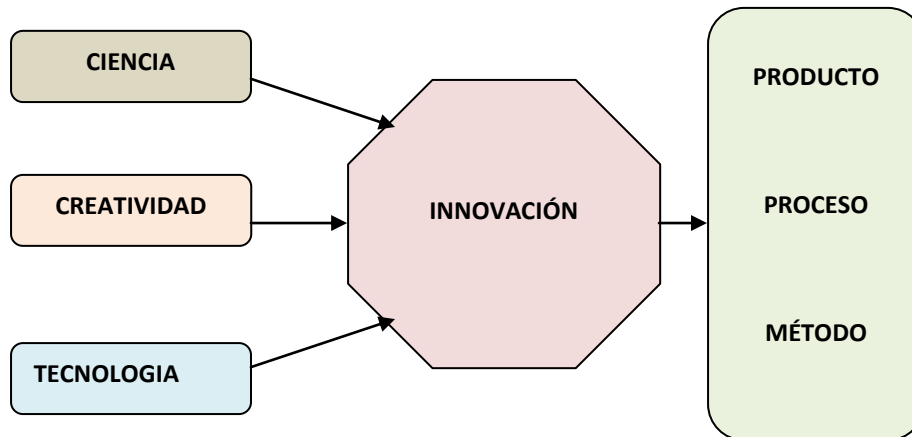
Innovar consiste en aportar algo nuevo y desconocido en un contexto determinado. La innovación es la transformación de una idea en un producto vendible, nuevo o mejorado, o en un proceso industrial y en el comercio en un nuevo servicio social, por lo que la innovación puede ser definida como una idea que se vende.

La innovación tiene un aspecto comercial, es decir, una idea, una invención o un descubrimiento se transforma en innovación en el momento en el que se encuentra una utilidad al descubrimiento.

Se pueden distinguir tres grandes tipos de innovación:

- A. Innovación tecnológica: es la de mayor peso, debido a los efectos económicos que produce. Comprende los cambios introducidos en productos y procesos:
 - La innovación sobre el producto: consiste en fabricar y comercializar nuevos productos o productos ya existentes mejorados.
 - La innovación sobre el proceso: consiste en la implementación de nuevos métodos que mejoren la productividad.
- B. Innovación en gestión: aglutina las innovaciones realizadas en ámbitos comerciales, financieros, organizativos que acompañan, apoyan y potencian la corriente innovadora de la empresa.
- C. Innovación social: consiste en actividades y servicios innovadores orientados a satisfacer alguna necesidad social (medio ambiente, responsabilidad empresarial, etc.) difundidas y desarrolladas generalmente por organizaciones cuyos fines básicos son sociales.

La innovación no sólo necesita emprendedores y creatividad, también necesita una acumulación de conocimientos y una base tecnológica. Por ello, es necesario invertir en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).



El sector medioambiental: nichos y nuevas oportunidades de negocio.

El sector medio ambiental tiene un amplio espectro de oportunidades, desde la gestión del agua, las energías renovables, el sector agrario ecológico, la gestión de los residuos o la construcción y el turismo sostenibles. Todos los nichos de negocio del sector medio ambiental deben tener un factor común, la sostenibilidad.

La tendencia económica a medio y largo plazo debe estar basada en actividades que respeten los límites y ritmos de la naturaleza, es decir, la que no sobreexplota los recursos y no devuelva

al medio más vertidos y emisiones de los que este pueda reciclar dentro de los procesos naturales.

Las Ideas de Negocio que a continuación especificaremos favorecen la mejora del comportamiento ambiental de la red empresarial, tanto el dedicado rigurosamente al sector del medio ambiente, como al resto del rango productivo y de servicios, intentando “ambientalizar” todo el sistema económico.

A continuación veremos algunas propuestas para cada nicho:

Sector Agrario Sostenible

- Gestión de Huertos.
- Producción de Caracoles.
- Producción de Hongos Comestibles en Sacos Sembrados.
- Deshidratado de Productos Vegetales.
- Planta de Dosificado de Hierbas Secas.
- Fabricación de Sustratos Inoculados en Sacos para la Producción de Hongos Comestibles.
- Producción y Comercialización de Brotes.
- Consultoría de Industria Agroalimentaria.
- Granja Escuela.

Gestión y Restauración del Medio Natural

- Vivero de Plantas Silvestres de Canarias.
- Servicios de Paisajismo y Restauración del Medio Natural.

Gestión de Residuos

- Fabricación de pellets de biomasa.
- Gestor de Aceites Comestibles.

- Gestor Residuos Amianto.
- Planta de Áridos Reciclados.
- Reciclado Plásticos Invernadero.
- Tratamiento Residuos Ganaderos.
- Fabricación, Comercialización, Instalación de Vermicultores.
- Fabricación de Compost.
- Cremación de Animales.
- Recogida y Venta de Ropa Usada.
- Vermicompostaje de Residuos Orgánicos.

Energías Renovables y Eficiencia Energética

- Consultoría Energías Renovables.
- Instalación Calderas Biomasa.
- Minieólica en Viviendas.
- Sistemas Domóticos.

Construcción Sostenible

- Arquitectura Bioclimática.
- Techos Verdes.

Gestión Sostenible del Agua

- Instalación de sistemas de depuración natural en viviendas unifamiliares.

Industria de Productos Ecológicos

- Fabricación de Pinturas Naturales.
- Procesamiento y Comercialización de Bolsas de Plástico Biodegradable.
- Procesamiento y Comercialización de bolsas de papel.
- Comercialización de Bolsos de Tela.

Turismo y Ocio en la Naturaleza

- Paintball.
- Turismo Cultural y Naturaleza.
- Centro de Apnea.

Transporte Sostenible

- Alquiler de motos eléctricas.
- Concesionario de motos eléctricas.
- Transporte colectivo para empresas.

Participación Ciudadana en el Medio Ambiente

- Consultoría de Información y Participación Ciudadana.
- Auditorías de Viabilidad de Custodia y Desarrollo Rural.

Servicios Sostenibles Varios

- Agencia de Viajes.
- Bolsas biodegradables en máquina expendedora.
- Comercialización productos ecológicos.
- Instalación y mantenimiento de sistemas de ahorro de recursos.
- Plataforma Web Ambiental.
- Servicios Auditoria eficiencia energética.
- Tienda de cosmética natural y comercio justo.
- Restaurante especializado en productos ecológicos
- Consultoría de sistemas de información geográfica.
- Distribuidora de productos tradicionales de calidad.

Proceso de creación de una empresa verde.

La idea empresarial se fundamenta en la búsqueda del equilibrio entre las necesidades del mercado y las posibilidades reales de servir a la demanda potencial del futuro producto o servicio. Para comprender lo que significa la empresa como unidad de negocio, hay que entender también las funciones de la empresa negocio.

La dirección de la empresa ha de acometer cuatro funciones básicas, que son las de planificación, organización, gestión y control. El plan de empresa precisamente implica una primera fase necesaria y previa a todas las demás, en la que el empresario emprendedor ha de divisar el futuro y hacer planes al respecto.

Denominación

En el proceso de constitución de una empresa el primer trámite a realizar es la solicitud del certificado negativo de denominación social, el cual acredita que el nombre elegido para la sociedad no coincide ni es similar con el de otra existente, y habrá que adjuntarlo en los trámites posteriores.

Existen una serie de normas que deben cumplir las denominaciones de las empresas y el hecho de incumplirlas originará la denegación de la solicitud. Veamos a continuación una serie de requisitos que deben seguir las denominaciones de las empresas:

1. Las sociedades y demás entidades inscribibles sólo podrán tener una denominación.
2. Las siglas o denominaciones abreviadas no podrán formar parte de la denominación.

Ejemplo: "ASEFICO, Asesoría Fiscal Contable SL", será denegado ya que incluye dos denominaciones. No está permitido incluir siglas o denominaciones abreviadas.

3. Las denominaciones estarán formadas con letras del alfabeto de cualquiera de las lenguas oficiales españolas.

4. La inclusión de expresiones numéricas podrá efectuarse en guarismos árabes o números romanos.

Además del nombre de la empresa, la denominación deberá contener la forma social de la misma ó su abreviatura. En el caso de que figure la abreviatura, se incluirá ésta al final de la denominación. En las denominaciones de las empresas, sólo podrán ser utilizadas las siguientes abreviaturas:

- S. A., para una sociedad anónima.
- S. L., o S.R.L., para una sociedad de responsabilidad limitada.
- S. C., o S.R.C., para una sociedad colectiva.
- S. en C. o S. Com., para una sociedad comanditaria simple.
- S. Com. P. A., para una sociedad comanditaria por acciones.
- S. Coop., para una sociedad cooperativa.
- S.G.R., para una sociedad de garantía recíproca.

Para otro tipo de sociedades mercantiles diferentes, se regirán según lo establecido en la legislación que les sea específicamente aplicable.

Podemos clasificar las sociedades mercantiles en términos de la responsabilidad asumida por los socios de la misma.

Si la responsabilidad es limitada la empresa sólo podrá adoptar la forma de S.A. S.L Sociedad Cooperativo, o en ciertos casos la forma comanditaria. Sólo si ésta es por acciones.

Si la responsabilidad es ilimitada nos podemos encontrar ante una sociedad colectiva o individual o una sociedad comanditaria simple.

Es obvio que dependiendo de la forma jurídica que adopte la empresa el compromiso de los socios impulsores de la idea en la que se sustenta la misma será mayor o menor.

En las empresas grandes distribuidas por acciones puede ser que la gerencia no esté en manos de los socios propietarios lo que llevará a tener diferencias sobre el plan de empresa o el desarrollo del mismo.

Prohibiciones en las denominaciones

No podrán incluirse en la denominación términos o expresiones que resulten contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.

No podrán estar formadas exclusivamente con el nombre de España, sus Comunidades Autónomas, provincias o municipios.

Tampoco podrán utilizar el nombre de organismos, departamentos o dependencias de las Administraciones Públicas, ni el de Estados extranjeros u organizaciones internacionales.

Los adjetivos nacional o estatal sólo podrán ser utilizados por sociedades en las que el Estado o sus organismos autónomos ostenten directa o indirectamente la mayoría del capital social.

Los adjetivos autonómico, provincial o municipal sólo podrán ser utilizados por sociedades en las que la correspondiente administración ostente directa o indirectamente la mayoría del capital social.

El adjetivo oficial y demás de análogo significado sólo podrán ser utilizados por las sociedades en que la administración pública ostente la mayoría del capital.

No podrá incluirse en la denominación término o expresión alguna que induzca a error o confusión en el tráfico mercantil sobre la propia identidad de la sociedad o entidad, y sobre la clase o naturaleza de éstas.

No podrán inscribirse en el Registro Mercantil las sociedades o entidades cuya denominación sea idéntica a alguna de las que figuren incluidas en la Sección de denominaciones del Registro Mercantil Central.

Aun cuando la denominación no figure en el Registro Mercantil Central, el Notario no autorizará, ni el Registrador inscribirá, sociedades o entidades cuya denominación les conste por notoriedad que coincide con la de otra entidad preexistente, sea o no de nacionalidad española.

Por último, deberemos tener también en cuenta el siguiente texto recogido en el Reglamento del Registro Mercantil (Real Decreto 1784/1996), que establece una prohibición más en base a lo recogido en la Ley de Marcas: "*Los órganos registrales competentes para el otorgamiento o verificación de denominaciones de personas jurídicas denegarán el nombre o razón social solicitado si coincidiera o pudiera originar confusión con una marca o nombre comercial notorios o renombrados en los términos que resultan de esta Ley, salvo autorización del titular de la marca o nombre comercial*".

Descripción de la actividad

En la descripción de nuestra actividad, deberemos especificar cómo se va a realizar, si se va a llevar a cabo algún proceso de transformación o manipulación, y las actuaciones, características y requisitos relacionados con esa actividad.

Funciones de la dirección general de la empresa

Para entender lo que significa la empresa como unidad de negocio hay que entender asimismo las funciones de la empresa o negocio.

La dirección empresarial ha de acometer cuatro funciones básicas que son las de planificación, organización gestión y control. El plan de empresa precisamente implica una primera fase en la que el empresario emprendedor ha de divisar el futuro y hacer planes al respecto.

Denominación de la idea-fuerza que va a permitir a la empresa comercializar su producto. El nombre de la empresa ha de estar relacionado con la actividad que la empresa desarrolle. Esto será expuesto en el tema 3.

La empresa habrá hecho un análisis previo de sus posibilidades para lo cual puede realizar un DAFO.

Es llamado así por ser un análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades así que lleva las iniciales en mayúsculas de cada una de estas variables.

El DAFO se compone a su vez de un análisis externo y de un análisis interno

Análisis Externo: Amenazas y oportunidades

La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea, así que el análisis externo, permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización.

El proceso para determinar esas oportunidades o amenazas se puede realizar de la siguiente manera:

a- Estableciendo los principales hechos o eventos del ambiente que tiene o podrían tener alguna relación con la organización. Estos pueden ser:

DE CARÁCTER POLÍTICO:

*Estabilidad política del país.

*Sistema de gobierno.

*Relaciones internacionales.

*Restricciones a la importación y exportación.

DE CARÁCTER LEGAL:

-TENDENCIAS FISCALES.

*Impuestos sobre ciertos artículos o servicios.

*Forma de pago de impuestos.

*Impuestos sobre utilidades.

-TENDENCIAS EN OTROS ORDENAMIENTOS.

*Laboral.

*Medio ambiente.

*Descentralización de empresas en las zonas urbanas.

ECONÓMICAS.

*Deuda pública.

*Nivel de salarios.

*Nivel de precios.

*Inversión extranjera.

DE CARÁCTER SOCIAL:

*Crecimiento y distribución demográfica.

*Empleo y desempleo.

*Sistema de salubridad e higiene.

DE CARACTER TECNOLÓGICO:

*Rapidez de los avances tecnológicos.

*Cambios en los sistemas.

b- Determinando cuáles de esos factores podrían tener influencia sobre la organización en términos de facilitar o restringir el logro de objetivos. O sea, hay circunstancias o hechos presentes en el ambiente que a veces representan una buena oportunidad que la organización podría aprovechar ya sea para desarrollarse aún más o para resolver un problema. También puede haber situaciones que más bien representan amenazas para la organización y que pueden hacer más graves sus problemas.

- **Oportunidades**

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿A qué buenas oportunidades se enfrenta la empresa?

- ¿De qué tendencias del mercado se tiene información?

- ¿Existe una coyuntura en la economía del país?
- ¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?
- ¿Qué cambios en la normatividad legal y/o política se están presentando?
- ¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?
- **Amenazas**

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa?
- ¿Qué están haciendo los competidores?
- ¿Se tienen problemas de recursos de capital?
- ¿Puede algunas de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?

Análisis interno: Debilidades y Fortalezas

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado entre otros.

El análisis interno, permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

Para realizar el análisis interno de una corporación deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización que atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

En definitiva también se puede ver el análisis del entorno de la empresa

A modo de resumen, en el análisis DAFO deberán incluirse principalmente los siguientes cuatro apartados:

1.- Debilidades: En base a nuestra actividad y nuestro negocio, definiremos cuáles son las debilidades que detectamos; esto nos permitirá conocer nuestros puntos débiles y subsanarlos en el menor tiempo posible. En este apartado observaremos cuáles son los recursos y factores con los que contamos, cuál es nuestra actividad principal y en cuales poseemos una posición desfavorable respecto a la competencia.

2.- Amenazas: En este caso, serán descritos los factores que podrían poner en peligro la consecución de nuestra actividad; si las amenazas son detectadas a tiempo pueden esquivarse o incluso ser transformadas en oportunidades de mercado. Para llevar a cabo este apartado, tendremos en cuenta factores del entorno, demográficos, políticos, factores internos, factores legislativos, grupos de interés, entre otros.

3.- Fortalezas: Nuestra fortalezas nos permitirán diferenciarlos e la competencia. Es fundamental también conocer en qué somos mejores y qué parte de nuestra actividad nos hace especialmente fuertes. Analizaremos los recursos con los que contamos y las habilidades adquiridas que debemos explotar con mayor interés. Aquello que mejor sepamos hacer es nuestra mayor fortaleza.

4.- Oportunidades: Las oportunidades describen los posibles mercados por explorar, posibles nuevas oportunidades de negocio, nichos, etc., que están al alcance de cualquiera, pero que deben ser reconocidos a tiempo, ya que de lo contrario, se convertirán en una pérdida de oportunidad y esto llevará a una pérdida de lo que podría haber sido una ventaja competitiva.

Descripción y justificación de la oportunidad de negocio detectada

Una vez analizadas las oportunidades y concretamente la oportunidad principal que hemos observado para desarrollar nuestra actividad, deberemos realizar un análisis y una descripción pormenorizada de la misma, así como justificar la decisión de elegir esta actividad y no otra, utilizando para ello información del sector y del entorno para describirla y propia de nuestra empresa para justificarla, como puede ser:

- Recursos económico-financieros.
- Profesión.
- Experiencia y conocimientos del sector.
- Estado del sector
- Contribuciones con nuestra actividad al mismo.

Objetivos empresariales

Es necesario identificar y delimitar los objetivos que se pretenden alcanzar con la actividad que se va a desarrollar. A su vez, resulta de especial importancia marcar estos objetivos en el tiempo, ya que para poder ser líder de un mercado es necesario antes, establecer como un objetivo a corto plazo, conseguir una primera cuota de mercado o como un objetivo a medio plazo, aumentar esa cuota de mercado.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO PLAZO

En un plan de empresa, cuando nos referimos al corto plazo, nos referimos a un periodo inferior al año. En la mayoría de las empresas suelen ser comunes estos primeros objetivos a corto plazo:

- Introducción en el sector.
- Mantenimiento en el mercado al final del primer año.
- Conseguir una primera cuota de mercado.
- Reducir los tiempos en los procesos.
- Mejora de la eficiencia.
- Obtener experiencia en el sector.
- Observación de los métodos de la competencia.
- Adopción de medidas que permitan mejorar los procesos.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA A MEDIO PLAZO

En un plan de empresa, cuando nos referimos al medio plazo, nos referimos a un periodo comprendido entre un año a tres años, y serán, principalmente:

- Crecimiento de la empresa en el sector.
- Fuerte consolidación en el mercado al final del tercer año.

- Aumento de la cuota de mercado.
- Fidelización de la clientela
- Rentabilidad.
- Desarrollo de técnicas más eficientes de producción.
- Adopción de medidas que permitan mejorar los procesos.
- Formación de los trabajadores y transmisión de la idea de la empresa.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA A LARGO PLAZO

En un plan de empresa, cuando nos referimos al largo plazo, nos referimos a periodos superiores a tres años. Son objetivos más estratégicos; son aquellos que se pretenden alcanzar en un futuro y debemos tenerlos presentes e identificados desde el comienzo aunque a priori no se sepan los pasos adecuados que hay que llevar a cabo para conseguir alcanzarlos. Se pueden enumerar los siguientes:

- Liderazgo en ventas.
- Liderazgo en costes.
- Liderazgo en tecnología.
- Crecimiento de la empresa en el sector.
- Aumento de la cuota de mercado.

- Máxima rentabilidad y obtención de beneficios para los accionistas.
- Exploración de nuevos nichos y oportunidades de mercado.
- Introducción en actividades paralelas.

Localización geográfica del negocio y justificación de la misma

En la mayoría de las empresas, para desarrollar la actividad empresarial, resulta necesario un local, un taller, una oficina u otro tipo de dependencia.

En determinadas actividades es especialmente importante definir bien la localización geográfica del negocio, así como la composición del mismo. Una misma actividad puede funcionar o no funcionar dependiendo del lugar donde se ubique.

Para elegir dónde se va a localizar el negocio, deberemos tener en cuenta una serie de características:

- Características de sus habitantes. Es fundamental conocer si en una determinada población, calle o zona se encuentran potenciales clientes.
- Tipo de vía pública, tránsito peatonal, etc. Por ejemplo, si el negocio que se pretende abrir es una fábrica de producción de muebles de madera que venda a mayoristas, no sería bueno, establecer sus dependencias en una calle peatonal de un barrio céntrico. Mientras que si el negocio se dedica a la comercialización de artículos de moda a clientes particulares, seguramente éste sea uno de los mejores lugares donde establecerse.
- Superficie necesaria y distribución del espacio disponible; si es alquiler o compra; condiciones de uso y otros datos de interés que se puedan aportar.

- Cualesquiera otros elementos que tengan incidencia en la actividad de la empresa y consecución de los objetivos establecidos.

En todo caso la clasificación de los factores de los que depende la localización empresarial se puede hacer dependiendo de si la idea de negocio se va a materializar sobre un producto o servicio comercial o si es una idea de negocio para una industria.

Localización industrial

Existen diferentes factores que influyen en la decisión empresarial de instalarse en un lugar o trasladarse a otro. Su estudio ayuda a entender los mapas y polígonos industriales, es decir, la acumulación de empresas en ciertos territorios frente a su escasez en otros.

Antes de decidir la localización más conveniente, las empresas valoran esos factores en función de sus necesidades y del deseo de ahorrar costes y, en consecuencia, de aumentar los beneficios.

Estos factores, cuyo peso ha ido cambiando con el paso del tiempo, son fundamentalmente los siguientes:

-La existencia de recursos naturales. Fue un factor de localización decisivo en el pasado, cuando el coste del transporte era muy elevado, y los medios y la red, insuficientes. Las primeras fábricas se situaban junto a las minas, para estar cerca de las fuentes de materias primas y energía. Hoy, las materias primas y los recursos energéticos, como el petróleo, la electricidad o el gas natural, se transportan a largas distancias en grandes cantidades. Solo las industrias que necesitan mucha energía optan por situarse cerca de plantas hidroeléctricas y en torno a los grandes puertos.

-El transporte y las comunicaciones. Normalmente, las empresas se sitúan en lugares bien comunicados, pues esto facilita la llegada de materias primas, el traslado de empleados y clientes y la salida de sus productos. Tener un buen transporte es fundamental, sobre todo para las industrias que desplazan un gran volumen de mercancías pesadas o perecederas. Pero

los actuales medios de transporte son rápidos, tienen gran capacidad de carga y son baratos, lo que ha favorecido la creación de fábricas en lugares en los que no existían antiguamente.

-La disponibilidad, cualificación y coste de la mano de obra. Cuando se necesita abundante mano de obra poco cualificada, a menudo las grandes empresas de los países desarrollados instalan parte de sus procesos industriales en áreas del Tercer Mundo, donde los salarios son más bajos y no hay una tradición sindical. A este fenómeno se le denomina deslocalización. Si, por el contrario, la industria exige una mano de obra cualificada, se establece en las inmediaciones de las grandes ciudades de los países desarrollados.

-La proximidad de otras industrias similares. Algunas industrias mantienen su emplazamiento tradicional porque se benefician de las infraestructuras y servicios existentes, así como de la presencia de otras industrias similares o complementarias; de este modo, pueden compartir con ellas algunos servicios o subcontratar ciertos procesos industriales. La aglomeración de empresas es muy valorada, por ejemplo, para las industrias que fabrican piezas o realizan tareas que venden a otras, lo que origina la formación de redes de empresas que trabajan de forma coordinada y benefician a todos los participantes.

-La cercanía de los mercados de venta, es decir, de las regiones más densamente pobladas. Constituye un factor importante para las industrias que utilizan materias primas poco voluminosas o ya transformadas (chapa de acero, piezas mecánicas, papel, componentes electrónicos...), y también para las que fabrican bienes de consumo para la población (muebles, automóviles, electrodomésticos o libros), que normalmente se sitúan en la periferia de las grandes ciudades, donde hay más consumidores.

-Factores políticos. Las ayudas públicas, las ventajas fiscales, la legislación laboral y medioambiental más o menos permisiva, la estabilidad política y la receptividad a las inversiones extranjeras explican también la localización de muchas industrias.

-La calidad del medio ambiente. Un clima y un paisaje agradables, la estabilidad social, etc.

-Los factores personales. La localización de muchas industrias, sobre todo las que tienen un origen personal o familiar, depende también de las preferencias del empresario. Sin embargo, el criterio personal suele tener en cuenta los factores generales.

-Los factores que inciden en la localización industrial han variado a lo largo del tiempo debido a los cambios tecnológicos y de organización empresarial. En la actualidad son, ante todo, de carácter económico (la abundancia de recursos naturales, la disponibilidad de mano de obra, la proximidad a los mercados, la buena comunicación, etc.), pero también han adquirido importancia aspectos como el conocimiento directo del territorio, la calidad del medio ambiente o la percepción del empresario.

Presentación de los promotores

La presentación de los promotores consistirá en una breve memoria que podrá contener lo siguiente:

- Nombre y apellidos de los promotores.
- Datos personales.
- Formación académica y conocimientos relacionados con la actividad)
- Experiencia profesional en el sector en el que se va a desarrollar la actividad y en otros adyacentes.
- Situación actual económico-financiera (recursos).
- Motivación personal.
- Cualesquiera otras informaciones que aporten viabilidad al plan de empresa.

Líneas de asesoramiento y financiación existentes en el sector medio ambiental.

En los últimos tiempos los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento y han iniciado programas de apoyo a emprendedores para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

En el caso de España, el **Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)**, dependiente del **Ministerio de Empleo y Seguridad Social**, ofrece una amplia información, así como medios de apoyo a todos aquellos que buscan crear su propia empresa.

Asimismo, las **Comunidades Autónomas** gestionan a través de organismos propios servicios de ayuda para emprendedores en sus respectivos ámbitos territoriales. Tal es el caso de la Comunidad de Madrid con su portal para emprendedores <http://www.emprendelo.es>

Por otra parte, el **Ministerio de Industria, Energía, Turismo** ofrece información acerca de los trámites necesarios para la constitución y puesta en marcha de sociedades, inclusive por vía telemática a través de la **Dirección General de Industria y Pequeña y Mediana Empresa**.

Las **Cámaras de Comercio** de las diferentes autonomías también son importantes a este respecto. Familiarizan al emprendedor con empresas de su ámbito de actividad y le ofrecen la posibilidad de establecer convenios y acuerdos tanto con éstas como entre las empresas integrantes entre sí, lo que permite ampliar la red de negocio de la entidad.

Por último, mencionar **las entidades de carácter privado** que ofrecen asimismo sus servicios de asesoramiento y apoyo a emprendedores, así como prensa especializada.

Todos los organismos anteriormente mencionados son fuentes de información a seguir a la hora de poner en marcha una idea de negocio.

Cuentan con una amplia base de datos legislativa, desglosada por grupos temáticos, así como con todos los modelos y formularios, tanto estatales como de las respectivas Comunidades Autónomas, en su caso. Asimismo, simplifican enormemente los trámites a realizar a través de orientaciones muy didácticas acerca de los mismos.

Uno de los problemas a los que se enfrentan los emprendedores que tienen una idea empresarial es la burocracia del proyecto empresarial. El principal tropiezo es el completo desconocimiento de cual es el papeleo que hay que realizar para crear una empresa.

Para ayudar a los emprendedores, en todas las Comunidades Autónomas existen oficinas en Ayuntamientos, Cámaras de Comercio, Administraciones Locales, Universidades, etc., que asesoran gratuitamente sobre los pasos a seguir para poner en marcha nuestro proyecto.

Además, existen unos puntos donde, además de asesorarnos, recogen nuestra documentación y la tramitan. Estos son los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT) y las Ventanas Únicas Empresariales (VUE).

Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT).

En ellos podemos realizar los trámites de constitución y puesta en marcha de nuestro proyecto empresarial por medio telemáticos, evitando desplazamientos y ahorrando tiempo y dinero.

El emprendedor, al dirigirse a este punto, será asesorado en todo lo relacionado con la definición de su proyecto, permitiéndole iniciar los trámites de constitución y puesta en marcha del mismo. Con el procedimiento telemático, el emprendedor sólo tiene que ir presencialmente al PAIT y al notario, evitando el desplazamiento para el resto de trámites.

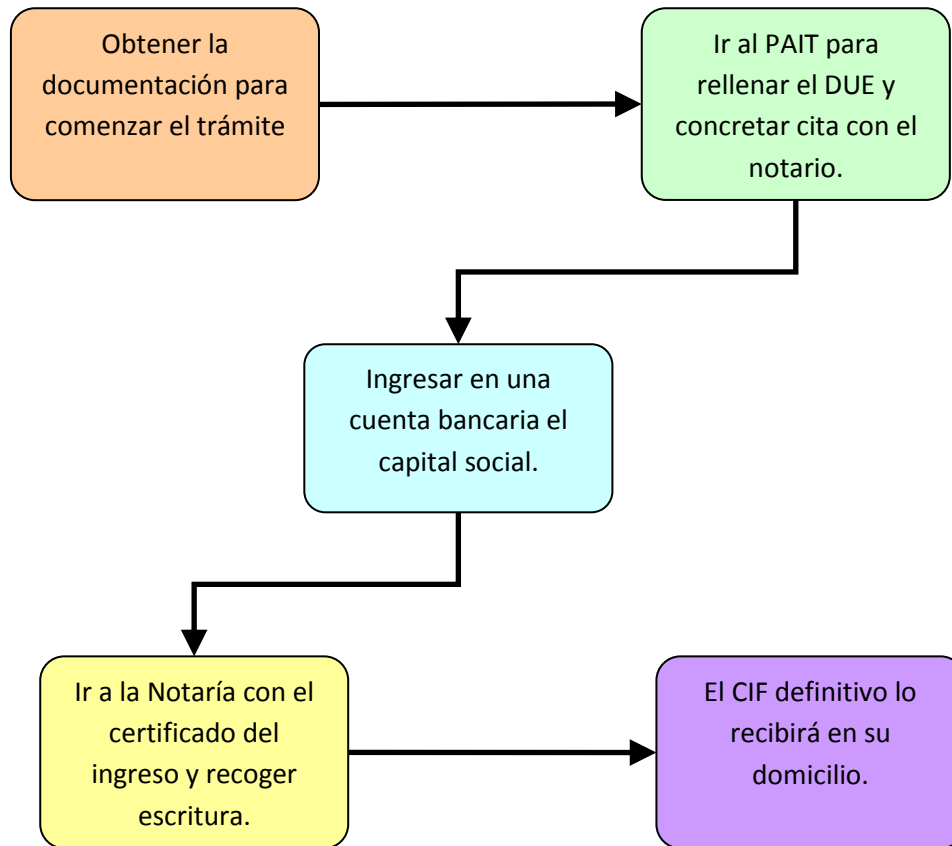
En el PAIT, el emprendedor suministrará la documentación necesaria para que el técnico cumplimente el Documento Único Electrónico, aportando la documentación exigida.

Dentro de la documentación que el emprendedor debe llevar al PAIT está:

- Fotocopia y original del DNI de todos los socios y trabajadores.
- Fotocopia y original de la Tarjeta de la Seguridad Social de los socios y trabajadores.
- Epígrafe de Actividades Económicas.
- Datos del domicilio de la empresa y de la actividad empresarial.
- Porcentaje de participación en el capital social.
- Para la adscripción al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos: base de cotización elegida y Mutua AT-EP.
- Número de cuenta bancaria.

La cita con el notario se obtiene de forma inmediata mediante una comunicación en tiempo real con el sistema de la Agenda Notarial, obteniéndose los datos del notario y la fecha y hora de la cita.

Una vez cumplimentado el Documento único Electrónico, se inicia la tramitación telemática. A continuación, el sistema envía a los organismos intervinientes en el proceso la parte del DUE que les corresponde para realizar el trámite.



Ventana única Empresarial (VUE).

Su finalidad es apoyar a los emprendedores en la creación de nuevas empresas, mediante la prestación de servicios integrados de tramitación y asesoramiento empresarial. Es un programa conjunto e impulsado por todas las administraciones (Estado, Comunidades Autónomas y Administraciones Locales), así como las Cámaras de Comercio.

La ayuda se centra en:

- Orientación sobre el proyecto empresarial (financiación, formas jurídicas, ayudas, requisitos y trámites necesarios). Este servicio está disponible a través de Internet en la Ventanilla Única Empresarial Virtual.

- Tramitación integral del proceso administrativo de creación de una empresa a través de la coordinación de todas las Administraciones presentes en la VUE, el emprendedor puede realizar los trámites correspondientes para la puesta en marcha de su proyecto en un único espacio físico, sin tener que acudir a las diferentes oficinas públicas para cada trámite.

Tanto los PAIT como las VUE facilitan la creación de empresas, a pesar de que todavía existen Comunidades y localidades donde no están implantados, por ello debemos conocer a qué organismos se acudirá.

Fuentes de Financiación.

Las empresas requieren recursos económicos para desarrollar su actividad. Por ello, surge la necesidad de financiación y de buscar distintas fuentes de financiación. La empresa cuenta con una estructura económica constituida por una serie de bienes y derechos que determinan su capacidad productiva. Esta estructura es el activo de la empresa y, para construirlo es necesario realizar inversiones antes de que la empresa comience a producir. Para financiar esas inversiones se requieren recursos financieros que proceden de diversas fuentes y que configuran la estructura financiera de la empresa.

En los anexos disponéis de un glosario de enlaces con fuentes de asesoramiento y financiación.

Normativa de aplicación.

Vamos a destacar la última ley de apoyo a emprendedores y sus principales cambios y características (Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización):

1. Nuevas ayudas al emprendimiento:

- a. 'Tarifa plana' en la cotización a la Seguridad Social para nuevos autónomos, menores de 30 años, durante los primeros seis meses desde que inicien su propio negocio. Asimismo, tendrán bonificaciones fiscales durante los dos años siguientes.
- b. Capitalización del paro. Los menores de 30 años podrán capitalizar hasta el 100% de su prestación por desempleo en un pago único, con el objetivo de montar una empresa, o para adquirir asesoramiento o formación.
- c. Los menores de 30 años pueden compatibilizar el cobro del paro con el inicio de una actividad por cuenta propia, durante un periodo máximo de nueve meses.
- d. La creación de la 'segunda oportunidad' para emprendedores, permitiendo que las personas que no tengan éxito en su primera aventura empresarial puedan librarse de las cargas que ello suponga.
- e. Pymes y autónomos que facturen menos de dos millones anuales pueden optar por el IVA de caja, del tal manera que no paguen este impuesto hasta que hayan cobrado las facturas. Ésta medida no entrará en vigor hasta el 1 de enero de 2014.

- f. Ampliación del plan de pago a proveedores, con más de 2.600 millones de euros, y ampliación del ámbito de aplicación a nuevas Administraciones.
- g. Tributación de las sociedades de nueva creación a un tipo reducido del 15% para los primeros 300.000 euros de base imponible, durante los dos primeros años en los que tengan beneficios.

2. Nuevas Ayudas a la contratación

- a. Creación de un nuevo tipo de contrato denominado 'contrato generaciones'. Establece que los jóvenes que contraten a parados de larga duración, mayores de 45 años disfrutarán de una reducción del 100% de las cuotas a la Seguridad Social durante el primer año.
- b. Bonificaciones en las cuotas a la Seguridad Social para las empresas que den trabajo a menores de 30 años, sin experiencia laboral, bajo la fórmula del contrato a tiempo parcial con vinculación a la formación.
- c. Incentivos de ente 500 y 700 euros anuales, para convertir contratos temporales en indefinidos cuando se hagan a jóvenes menores de 30 años, sin experiencia laboral.
- d. Se habilita a las empresas de trabajo temporal a formalizar contratos para la formación y el aprendizaje.
- e. Se crea un Portal único de Empleo, que facilitará la búsqueda de empleo y donde se alojará toda la información de utilidad para orientar a los jóvenes.

A continuación veremos la Legislación básica para empresas

- Ley de las Sociedades Anónimas: Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.
- Ley de las Sociedades de Responsabilidad Limitada.: Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada
- Ley de la Sociedad Limitada Nueva Empresa.: Ley 7/2003, de 1 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Ley de las Sociedades Laborales.: Ley 4/1997, de 24 de marzo, de Sociedades Laborales.
- Ley de Cooperativas.: Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas.
- Ley de Agrupaciones de Interés Económico.: Ley 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico.
- Código Civil (Sociedades Civiles y Comunidades de Bienes).
- Ley de Asociaciones.: Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.
- Decreto que regula el Régimen de Autónomos.: Decreto 2530/1970, de 20 de agosto, por el que se regula el régimen especial de la Seguridad Social de los trabajadores por cuenta propia o autónomos.

- Reglamento Inscripción de Empresas y Trabajadores en Seguridad Social.: Real Decreto 84/1996, de 26 de enero, por el que se aprueba el Reglamento General sobre inscripción de empresas y afiliación, altas, bajas y variaciones de datos
- Maternidad y riesgo durante el embarazo.: Real Decreto 1251/2001, de 16 de noviembre, por el que se regulan las prestaciones económicas del sistema de la Seguridad Social por maternidad y riesgo durante el embarazo.
- Ley de la Propiedad Intelectual.: Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Ley de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad.: Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes de Invención y Modelos de utilidad.
- Ley de Marcas.: Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Ley de Defensa de la Competencia.: Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.
- Ley de Competencia Desleal.: Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.: Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Ley de Condiciones Generales de la Contratación: Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.
- Decreto sobre Obligación de Facturación.: Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación, y se modifica el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.

- Facturación Telemática I.: ORDEN HAC/3134/2002, de 5 de diciembre, sobre un nuevo desarrollo del régimen de facturación telemática previsto en el artículo 88 de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, y en el artículo 9 bis del Real Decreto 2402/1985, de 18 de diciembre.
- Facturación Telemática II.: Resolución 2/2003 de 14 de febrero del Director General de la Agencia Estatal de Administración Tributaria sobre determinados aspectos relacionados con la facturación telemática.
- Declaración Censal.: Orden HAC/2567/2003, de 10 de septiembre, por la que se aprueba el modelo 036 de declaración censal de alta, modificación y baja en el censo de obligados tributarios y se establecen el ámbito y las condiciones generales para su presentación.
- Ley Orgánica de Protección de Datos.: Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Ley Servicios Sociedades de la Información y de Comercio Electrónico: Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Selección normativa Economía Social

- Funcionamiento Consejo para Fomento de Economía Social.: REAL DECRETO 177/2005.
- Cuota de Reserva para Trabajadores Discapacitados.: REAL DECRETO 364/2005.
- Subvenciones Actividades de Fomento de la Economía Social.: ORDEN TAS/2303/2005.
- Subvenciones para cooperativas y sociedades laborales.: ORDEN TAS/3501/2005.

El Plan de Negocio: aspectos técnicos, comerciales, económicos y jurídicos.

Vamos a tratar los aspectos técnicos y comerciales de la idea de negocio que se va a impulsar, y los criterios para seleccionar las inversiones necesarias de cara a llevar a cabo la idea del plan, del proceso de producción y de los costes asociados al mismo.

De nada servirá que podamos fabricar con eficiencia, si no somos capaces de colocar nuestra producción en el mercado. De ahí la necesidad de coordinación interdepartamental en la empresa especialmente entre ventas y producción.

El local.

Antes de llevar a cabo la inversión en un local (bien sea en venta o en alquiler), se debe exponer una relación de las necesidades de espacio y de organización de los apartados de la empresa, valorándose el coste que tendrán y la mejor forma de que todos los recursos de la empresa queden bien organizados.

Esta relación nos permitirá detallar las características que debe tener el local y realizar una valoración del mismo, tanto si es propio, cedido o alquilado, así como detallar y cuantificar las instalaciones (si fuera conveniente más de una) necesarias para desarrollar la actividad

Otro factor a tener en cuenta será la normativa y permisos que afectan al local y su situación. Los trámites burocráticos pueden incrementar los costes más de lo esperado, no sólo por el propio importe de las licencias o permisos necesarios, sino por los retrasos que nos pueden ocasionar la adquisición de las mismas o la adaptación a la normativa.

Relacionado con el local, está el tema del transporte. Se deberá indicar si se necesita algún tipo de transporte (permanente, periódico o puntual) para llevar a cabo la actividad, así como su coste aproximado.

Existen determinados negocios que no necesitan un local a puerta de calle, abierto al público, etc. sino que la actividad puede ser desarrollada en un piso, en una nave industrial en un polígono o en otras ubicaciones, dependiendo del servicio que prestemos (o del producto que ofrezcamos) así como de nuestra clientela. Por ejemplo, una empresa dedicada al comercio al por mayor, se ubicará normalmente en polígonos industriales, zonas a las afueras de ciudades, etc.

En cambio, seguramente la ubicación óptima para un comercio al por menor sea una calle transitada en el centro de una ciudad, con un buen escaparate que favorezca la compra por impulso.

Otros modelos de negocio, como asesorías, despachos de abogados, consultas de psicólogos se podrán desarrollar en viviendas, sin que sea necesario realizar fuertes inversiones en amplios locales o naves.

Completando lo ya visto en unidades anteriores y con todo lo comentado en ésta, podremos tener claras las características del local en el que se va a desempeñar la actividad de la empresa, pudiendo dar respuesta a lo siguiente (que deberá ser incluido en el plan de empresa):

- Tipo: Nave, local, vivienda, otros
- Régimen: Propiedad, arrendamiento, cesión.
- Ubicación: Domicilio
- Justificación de la ubicación: a continuación se presenta un listado de variables a tener en cuenta para elegir una u otra ubicación (dependiendo del tipo de negocio que emprendemos, nos influirán unas u otras):
 - Coste del local.
 - Licencias, normativa, etc.

- Plano. Distribución de los espacios.
- Cercanía con proveedores, clientes, distribuidores, etc.
- Materiales o materias primas existentes
- Proximidad de las materias primas.
- Materias primas sustitutas.
- Cantidad y calidad.
- Duración estimada de las mismas.
- Mercado:
 - Proximidad del mismo.
 - Producto de consumo rápido o de servicio.
 - Competencia.
 - Aspectos relacionados con exportación.
 - Nuevos mercados.
- Medios de Transporte:
 - Diversidad (camión, tren, barco, avión)
 - Frecuencia.
 - Cantidad.
 - Peso de los materiales o productos terminados a transportar.
 - Tarifas o costes de los transportes.

- Adecuación de servicios públicos y privados:
 - Combustibles (diversidad, cantidad, reparto y costo)
 - Electricidad (potencia disponible, voltaje, tarifa, continuidad)
 - Agua (cantidad disponible, restricciones ambientales, análisis químicos...)
 - Comunicaciones (teléfono, telégrafo, correo, radio, internet, etc.)

- Clima:
 - Altura sobre el Nivel del Mar.
 - Temperatura y Humedad.
 - Fenómenos Climatológicos.

- Mano de Obra:
 - Cantidad disponible.
 - Uniformidad o diversidad.
 - Habilidad.
 - Relaciones sindicales.
 - Rotación o estabilidad.

- Escala de salarios en base a:
 - Salario Mínimo.
 - Prestaciones.

- Otras Empresas Existentes:

- Competidoras.
- Complementarias.

El plano

La forma en la que esté distribuido el lugar donde vamos a desarrollar la actividad empresarial, resulta igual o más importante que la localización geográfica del mismo.

Resulta fundamental que el plano y la distribución del mismo contribuyan a satisfacer nuestras necesidades de capacidad y calidad maximizando el coste lo máximo posible.

Para ello, la distribución se debe planear en función del producto, del proceso productivo y de las dimensiones necesarias de las distintas áreas de la empresa, entre otras variables.

Dentro del plano, cada planta puede clasificarse:

- a) Por procesos: cuando el equipo de un mismo tipo funcional se agrupa de manera que se tenga la maquinaria junta, la inspección en un lugar y toda la operación en otro sitio especial. Este tipo de distribución sirve a las empresas que elaboran sus artículos en forma continua, en masa o uniforme.
- b) En línea o por producto: cuando la maquinaria se agrupa conforme a la secuencia de operaciones.

Una buena distribución de planta puede reducir tiempos, con el ahorro de costes que esto conlleva.

Las ventajas que se obtendrán por una buena distribución de la planta serán:

- a) Se podrá mejorar el ciclo de producción, reduciendo inventarios y tiempos de espera.
- b) Se podrá reducir el tiempo necesario para el manejo de materiales.
- c) Facilitará el control de la producción.
- d) Servirá como elemento de cohesión para mantener a los operarios en sus lugares de trabajo.

- e) Provocará que tanto máquinas como operarios puedan funcionar casi el 100% de su tiempo.

RECUERDA: La forma en la que esté distribuido el lugar donde vamos a desarrollar la actividad empresarial, resulta igual o más importante que la localización geográfica del mismo.

Descripción de las inversiones

Una inversión se puede definir como la realización de un sacrificio presente con el fin de la obtención de un beneficio futuro. El estudio de las inversiones se realizará desde un doble punto de vista:

- Desde el punto de vista de la obtención de los medios necesarios para financiar las inversiones productivas que le permitirán desarrollar su actividad y cumplir los fines recogidos en el plan de empresa.
- Desde el punto de vista de la recuperación de la inversión y obtención de posibles beneficios futuros sobre dicha inversión.

Financiación de las inversiones

Las inversiones podrán ser financiadas con recursos propios de los socios/promotores o con recursos ajenos.

En cualquiera de los dos casos, tanto si son los socios los que aportan la inversión, como si es un banco u otro tercero el que aporta el capital necesario para hacer la inversión, deberemos tener claros una serie de criterios con el fin de conocer qué inversión resulta más adecuada.

Criterios de selección de las inversiones

Entre los criterios de selección que aplicamos a las inversiones productivas destacamos los tres siguientes:

- **PAY-BACK (Plazo de recuperación de la inversión)**

En este criterio no se tiene en cuenta el distinto valor del dinero en el tiempo para realizar los cálculos. Es un criterio estático y muy poco aplicado; aunque, no obstante pasaremos a ver un ejemplo del mismo.

EJEMPLO: Una empresa debe realizar una inversión que conlleva un desembolso de 200.000€ esperando obtener unos flujos de caja anuales como los que se indican a continuación:

- 50.000€ el primer año.
- 100.000€ en el segundo año.
- 200.000€ en el tercer año

De esta forma el pay-back de esta inversión será de 2 años y tres meses, que es el tiempo que la empresa tardará en recuperar el desembolso inicial.

En el primer año recuperará 50.000€, sumados a los 100.000€ del segundo año, hará 150.000€ con lo que le faltarán aún 50.000€ que serán recuperados finalizado el cuarto mes del tercer año, suponiendo que la generación de fondos se produce de manera regular a lo largo del año ($200.000/50.000=4$). Si sumamos estos 50.000€ a los 150.000€ que había recuperado en los dos primeros años, tendremos el cien por cien del desembolso (200.000€).

Por tanto, podemos determinar que el período de recuperación para esta empresa es de dos años y tres meses.

- **VAN (Valor Actual Neto)**

El valor actual neto tiene en cuenta la diferencia temporal y las diferencias que se producen en el valor del dinero a lo largo del tiempo. El Valor Actual Neto es la suma de los flujos de caja actualizados menos el desembolso inicial. Implica disponer de una tasa de actualización (r) que en la práctica se puede considerar como el tipo de interés de una inversión sin riesgo. Por tanto, la fórmula para calcular el VAN de una inversión será:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde:

- Q_n representa los cash-flows o flujos de caja.
- I es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- N es el número de períodos considerado.
- El tipo de interés es r . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.

EJEMPLO: Una empresa pretende llevar a cabo un proyecto de inversión que le supondría un desembolso inicial de 100.000€ esperando obtener durante los tres años previstos de su duración 30.000, 35.000 y 45.000€ respectivamente. Si se tiene en cuenta que el tipo de interés de las letras del tesoro es del 7%, calcule el valor actual neto de la inversión y razone su factibilidad.

Solución:

$$VAN = -100.000 + 30.000/1.07 + 35.000/(1.07)^2 + 45.000/(1.07)^3 = -4.658,86$$

El proyecto de inversión según el criterio del van no es rentable, ya que el VAN es negativo; en caso de acometerse disminuiría la riqueza de la empresa.

Puede darse el caso de que en nuestra inversión haya un valor residual, es decir que tengamos una serie de flujos de caja y al final de la inversión tengamos también este valor residual, en cuyo caso, lo sumaremos al flujo del último año para calcular la inversión.

RECUERDA: Para seleccionar una inversión en función del criterio del VAN, seleccionaremos aquella que tenga un VAN más alto.

- **Tasa interna de rentabilidad (TIR)**

Esta tasa (medida en tanto por cien) también es llamada tasa de retorno de la inversión. Supone igualar el VAN a cero. Si el proyecto de inversión de la empresa supera los dos años su cálculo se complicaría, por estar ante una ecuación mayor de un segundo grado y tendríamos que calcular el valor de la tasa por aproximaciones o mediante programas de cálculo informático.

EJEMPLO: Una empresa pretende llevar a cabo un proyecto en el que tendrá que hacer un desembolso inicial de 50.000€. A finales del primer año recibirá un ingreso de 80.000€ y tendrá que afrontar un coste de 20.000€. En el segundo año, recibirá 100.000€, afrontando un coste total de 30.000€. Calcular la TIR.

Los datos con los que contamos son:

- Desembolso Inicial (I)
- Q1 : 80.000-20.000 = 60.000€
- Q2 : 100.000-30.000 = 70.000€
- $r = ?$

La Tasa Interna de Rentabilidad se calculará de la siguiente forma:

$$\text{TIR: } -100.000 + [60.000/(1+r)] + [70.000/(1+r)^2] = 0$$

$(1+r) = t$, quedando de la siguiente forma:

$$-100.000 + [60.000/t] + [70.000/t^2]$$

Sacando el mínimo común múltiplo $(t)^2$

$$\Rightarrow -100.000 \cdot t^2 + 60.000t + 70.000 = 0$$

Resolviendo la ecuación de segundo grado, tenemos dos posibles soluciones

$$t_1 = -0,58 \text{ (solución negativa; no es válida) y } t_2 = 1,1888$$

Como $1+r=t$, entonces $r=t-1 = 0,1888$

Por tanto $r=18,88\%$

RECUERDA: La fórmula de la TIR es igual que la del VAN, pero igualando a cero y lo que se obtiene es una tasa (un porcentaje). A mayor TIR, mejor inversión.

Descripción del proceso de producción del bien o del servicio

Como es lógico, el proceso de producción de la empresa no será el mismo si la empresa fabrica un bien, lo comercializa, cumple el ciclo de explotación entero desde la transformación de la materia prima hasta la venta del producto acabado o si lo que hace es producir un servicio, o simplemente intermediar entre el productor y el consumidor final.

La empresa puede estar en todo caso interesada en conocer el tiempo que tarda en cubrir su ciclo de explotación, genéricamente entendido como el periodo que transcurre desde la entrada de inputs desde fuera hasta que una vez transformados los mismos, se produce la venta y cobro de los productos objeto de su comercialización.

Este período de tiempo se denomina periodo medio de maduración y será diferente según el tipo de empresa.

El cálculo del periodo medio de maduración nos dará una idea de la agilidad que tiene la empresa para financiar su propio proceso productivo.

Periodo medio de maduración. Cálculo

Una empresa industrial tendrá el siguiente período medio de maduración:

Se distinguen 5 periodos básicos en una empresa productiva (con sus respectivos costes por periodo):

1.- Periodo medio de almacenamiento de materias primas: tiempo que transcurre desde que las materias primas son compradas hasta que las mismas se introducen en el proceso productivo.

2.- Periodo medio de fabricación: periodo que transcurre desde que las materias primas se incorporan al proceso productivo hasta que salen del mismo convertidas en producto terminado.

3.- Periodo de almacenamiento de productos terminados: tiempo transcurrido desde que el producto terminado sale del proceso productivo hasta su venta.

4.- Periodo medio de cobro a clientes: tiempo que transcurre desde la venta de un producto hasta que se cobra la venta, indica el tiempo que tarda la empresa por termino medio en cobrar a sus clientes.

5.- Periodo medio de pago a proveedores: periodo que dura desde la compra de las materias primas hasta que son pagadas, indica el tiempo que tarda la empresa por termino medio en pagar a sus proveedores.

Cálculo (si se toma el año comercial de 360 días).

1.- Periodo medio de almacenamiento de materias primas: $360/\text{Rotación materias primas}$.

2.- Periodo medio de fabricación: $360/\text{Rotación productos en curso de fabricación}$.

3.- Periodo de almacenamiento de productos terminados: $360/\text{Rotación de productos terminados}$.

4.- Periodo medio de cobro a clientes: $360/\text{Rotación de las ventas}$.

5.- Periodo medio de pago a proveedores: $360/\text{Rotación de las compras}$.

El periodo medio de maduración será la suma de (1) + (2) + (3) + (4) - (5).

Esta última resta (la del periodo medio de pago a proveedores) tiene sentido ya que, de la misma manera que sumamos el tiempo que dejamos pagar a nuestros clientes podemos restar el tiempo que nuestros proveedores nos permiten pagar.

Rotación es el número de veces que a lo largo del año se renueva una fase del proceso productivo. Así, la rotación de materias primas implica el número de veces que en el año se vacía el almacén de materias primas.

1.- Rotación de materias primas = consumo materias primas (existencias iniciales + compras - existencias finales) / existencias medias materias primas.

2.- Rotación de productos en curso = coste anual de producción / existencias medias de productos en curso.

3.- Rotación de productos terminados = coste de las ventas (existencias iniciales productos terminados + coste producción de productos terminados - existencias finales de productos terminados) / existencias medias productos terminados.

4.- Rotación de ventas o clientes = ventas / saldo medio de ventas a clientes.

5.- Rotación de compras o proveedores = compras / saldo medio de compras proveedores.

Ni que decir tiene que para una empresa de servicios o comercial el cálculo será más sencillo debido a la inexistencia de una fase de transformación del producto.

RECUERDA: La rotación es el número de veces que a lo largo del año se renueva una fase del proceso productivo.

Cálculo de la capacidad productiva

Cuando se habla de capacidad productiva, nos referimos al potencial máximo de producción de una empresa cuando utiliza las técnicas de producción más avanzadas y utiliza al máximo su espacio físico y su equipo (tanto maquinaria, como recursos humanos, etc.).

Dentro de los límites de la capacidad productiva, una empresa puede variar el nivel de producción para ajustarse a las condiciones del mercado, pudiendo limitar su producción, utilizando menos espacio físico, reduciendo el tiempo de operaciones, el número de unidades de trabajo, etc. con la finalidad de ajustarse a las condiciones del mercado.

Podemos considerar los siguientes niveles para la medición efectiva y práctica de la capacidad productiva de una empresa y su grado de utilización:

Capacidad ideal: Es la que puede obtenerse considerando que no hay interrupciones por ningún concepto y que la productividad total, medida con un factor patrón tipo, sería alcanzable. También se suele denominar como capacidad potencial y se corresponde a la capacidad que se obtendría de la mayoría de las funciones de producción de la industria moderna que responden a la clase especial denominada funciones de rendimiento, caracterizadas por tener la productividad media y marginal constantes, y cuya medida de la capacidad potencial se hace evaluando la producción que se obtendría si todo el tiempo disponible fuera tiempo de transformación. En este nivel de capacidad se asume que la planta funciona las 24 horas del día, 7 días de la semana y 52 semanas al año, sin tener en cuenta interrupciones que impiden alcanzar la mas alta producción física posible, es decir el 100% de la capacidad de la planta

Capacidad práctica; Es aquella capacidad máxima que se puede obtener de forma real en las condiciones normales y considerando que durante todo el tiempo disponible no es posible estar en tiempo de transformación sino que inevitablemente hay tiempos de parada mínimos para preparar y reparar las máquinas e instalaciones, es decir, se calcula teniendo en cuenta las interrupciones. Este concepto en la industria se conoce con el nombre de rendimiento.

Capacidad normal de largo plazo; Es aquella que le permite cubrir una demanda, teniendo en cuenta las variaciones estacionales y los problemas cíclicos que se puedan presentar.

Capacidad productiva esperada o de corto plazo; es la capacidad que se basa en la producción estimada del período siguiente, la capacidad productiva esperada puede ser mayor, igual o menor que la capacidad productiva normal.

Cálculo de los costes

El coste de producción de una empresa estará formado por diversos elementos, como alquileres, salarios, seguros, la depreciación de los bienes de inmovilizado (maquinaria, equipos, elementos de transporte etc.), el coste de la materia prima, los intereses sobre el

capital de operaciones, contribuciones y otros gastos. Estos y otros costes que podemos encontrar en una empresa, pueden ser agrupados en dos categorías: costes fijos y costes variables.

Costes fijos.

Los costes fijos serán aquellos en los que la empresa tiene que incurrir necesariamente al iniciar sus operaciones, independientemente de si se realizan operaciones o no. Serán fijos (al menos en el corto y medio plazo, luego se podrán ir modificando) porque se mantendrán constantes a diferentes niveles de producción. Ejemplo de costes fijos en una empresa tendremos los salarios de ejecutivos, los alquileres, los intereses, las primas de seguro, la depreciación del inmovilizado, entre otros.

El coste fijo total de una empresa se mantendrá constante a los diferentes niveles de producción mientras que la empresa se mueva dentro de los límites de su capacidad productiva inicial. La empresa comienza las operaciones con una capacidad productiva que estará determinada por la planta, el equipo, la maquinaria inicial, etc. Estos son los elementos esenciales de los costes fijos al comienzo de las operaciones.

Hay que tener presente, que los costes fijos lógicamente aumentarán si la empresa decide aumentar su capacidad productiva, algo que normalmente sucede en el largo plazo; por esta razón, el concepto coste fijo debe entenderse en términos de aquellos costes que se mantienen constantes dentro de un período de tiempo relativamente corto.

Costes Variables.

Los costes variables son aquellos que varían en función del nivel de producción de la empresa; si la producción aumenta, estos costes aumentarán, mientras que si la producción disminuye, también lo harán estos costes. El coste variable total se mueve en la misma dirección del nivel de producción.

Como ejemplos más representativos de costes variables, tenemos el coste de la materia prima y el coste de la mano de obra.

En caso de que una empresa decida y pueda aumentar su nivel de producción, normalmente llevará consigo el uso de más personal y de más materias primas, por lo que el coste variable total aumentará.

Coste Marginal.

Se llama coste marginal al aumento en el coste total que se produce por cada unidad nueva producida. El coste marginal mide la variación en el coste total de producción cuando aumentamos algún factor variable en una unidad.

En términos numéricos podemos indicar el coste marginal se obtendrá como resultado de dividir el cambio absoluto en coste total entre el cambio absoluto en producción. Esta relación aritmética puede expresarse en los siguientes términos:

$$CMg = d CT / d PT$$

Coste Medio.

Le indica al empresario el coste de producir una unidad del producto para cada nivel de producción, obteniendo la combinación más eficaz de los factores de producción.

En términos numéricos, se obtendrá dividiendo el costo total entre la producción total para cada nivel de producción y se expresa de la siguiente forma:

$$CMe = CT / PT$$

Coste Fijo Medio.

El coste fijo medio disminuirá a medida que aumentemos los niveles de producción, ya que el coste fijo siempre será el mismo y si lo dividimos entre un nivel de producción mayor que otro anterior, obtendremos una cantidad inferior. El Coste Fijo Medio es la parte de los costes fijos que imputamos a cada unidad producida.

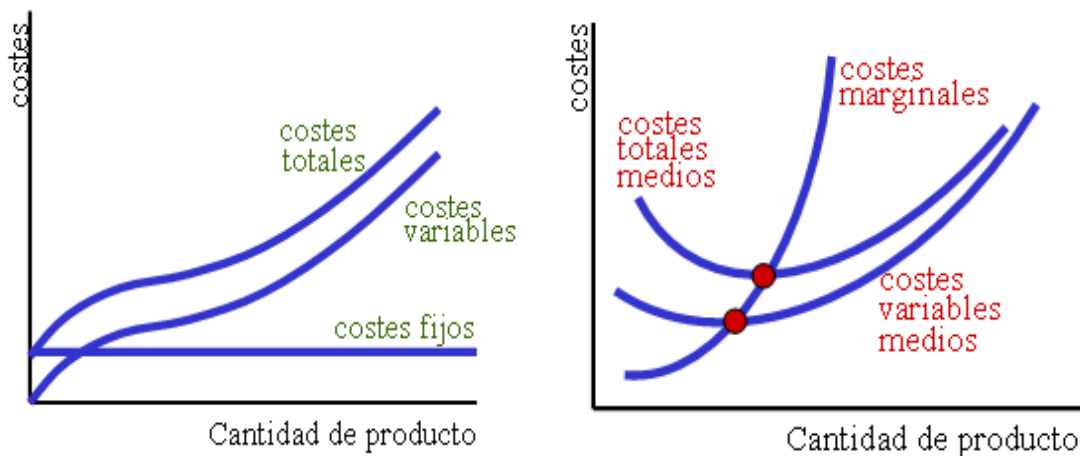
$$CFMe = CF / PT$$

Coste Variable Medio.

Indica que en el punto más bajo de la curva, la empresa alcanza el nivel de producción de máxima eficacia productiva de los factores variables y cuando ésta asciende, señala la reducción de eficacia productiva que tiene lugar al aumentar la producción mediante el empleo de unidades adicionales de los factores variables, mientras se mantiene fija la capacidad productiva de la empresa.

$$CVMe = CV / PT$$

Gráficamente estos costes se distribuyen de la siguiente manera:



RECUERDA: Se llama coste marginal al aumento en el coste total que se produce por cada unidad nueva producida.

El Umbral de rentabilidad o Punto muerto

El umbral de rentabilidad o punto muerto es un cálculo útil para la empresa de cara a planificar su capacidad productiva en relación a las ventas necesarias para comenzar a tener beneficio, bajo una determinada estructura de costes. El Umbral de rentabilidad es el punto a partir del cual la empresa obtiene beneficios.

El cálculo del Umbral de rentabilidad es el siguiente:

(Costes fijos) / (Precio de venta unitario - coste variable unitario).

Este índice también se puede interpretar como el volumen de producción en unidades físicas que es necesario vender de cara a comenzar a tener beneficio.

* **EJEMPLO DE PUNTO MUERTO:** Una empresa comercializa un único producto, tiene la siguiente estructura de costes fijos:

- Pago por alquileres 12.000 euros
- Amortización fija del período: 5000 euros
- Otros gastos fijos: 3000 euros
- Todos los demás costes del período (variables) ascienden a 100.000 euros
- El volumen de ventas anual es de 5000 unidades y el precio unitario es 40 euros
- Costes fijos = Pago por alquileres → 12.000 + Amortización fija del período → 5.000 + Otros gastos fijos 3.000 = 20.000 euros
- Coste variable unitario = $100.000 / 5000 = 20$ euros/unidad

* **SOLUCIÓN:**

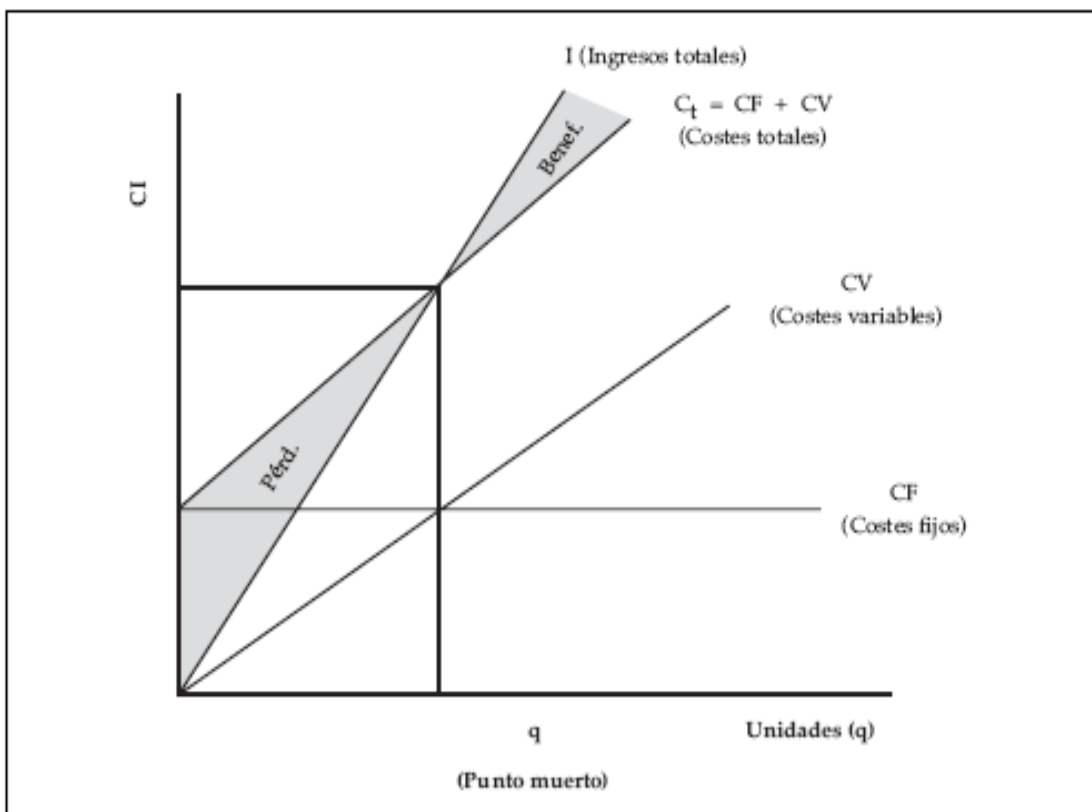
Punto muerto = $20.000 / (40 - 20) = 1000$ unidades

Esto significa que con estos costes, la empresa para un volumen de venta que supere las 1000 unidades comenzará a tener beneficios, mientras que por debajo, estará en pérdidas.

Es importante resaltar que el umbral de rentabilidad variará en la medida en que la empresa cambie su estructura de costes.

Esto puede responder a la necesidad de alcanzar un máximo técnico productivo diferente para una nueva y mayor capacidad de planta productiva, si estamos pensando en una empresa industrial o, si estamos pensando en una empresa de distribución, en una mayor capacidad de servir pedidos.

Gráficamente sería tal y como se muestra en la siguiente imagen:



El punto muerto o umbral de rentabilidad, también podrá obtenerse igualando los costes totales a los ingresos totales dejando todo en función de q (cantidad).

$IT = CT$, de igual forma:

$$\text{Precio} \times \text{Cantidad (q)} = \text{Costes Variables (CV unitario} \times \text{Cantidad (q))} + \text{Costes Fijos}$$

Forma Jurídica Empresarial

La elección de la forma jurídica bajo la cual opere el negocio depende de factores muy diversos que el emprendedor debe analizar personalmente: el número de socios que vayan a participar, la responsabilidad patrimonial que éstos quieran asumir respecto del riesgo empresarial, si los

socios van a trabajar o no en la empresa, cuántos de ellos trabajarán, el tipo de negocio, previsión de ingresos y planificación fiscal en función de los ingresos, etc.

Antes de crear una empresa, es necesario conocer el tipo societario que más se ajusta a las necesidades del emprendedor. Para ello, te ofrecemos un entorno guiado (desarrollado por la Dirección General de Industria y Pyme - Ministerio de Industria) que facilita la elección de la forma jurídica y que, adicionalmente, proporciona la información necesaria para la creación de la empresa:

TIPO DE EMPRESA	Nº SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD
<u>Empresario Individual</u>	1	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<u>Comunidad de Bienes</u>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<u>Sociedad Civil</u>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<u>Sociedad Colectiva</u>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<u>Sociedades Profesionales</u>	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad

<u>Sociedad Limitada Nueva Empresa</u>	Mínimo 1 Máximo 5	Mínimo 3.012 Máximo 120.202	Limitada al capital aportado en la sociedad
<u>Sociedad Anónima</u>	Mínimo 1	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
<u>Sociedad Comanditaria Simple</u>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<u>Sociedad Comanditaria por acciones</u>	Mínimo 2	Mínimo 60.000 euros	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<u>Sociedad Cooperativa</u>	Cooperativas 1er grado: Mínimo 3 - Cooperativas 2º grado: 2 cooperativas	No existe mínimo legal (en algunas CCAA sí existe)	Limitada al capital aportado en la sociedad
<u>Sociedad Anónima Laboral</u>	Mínimo 3	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
<u>Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral</u>	Mínimo 3	Mínimo 3.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
<u>Sociedad de Garantía Recíproca</u>	Mínimo 150 socios partícipes	Mínimo 1.803.036,30 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad

<u>Sociedad de Capital</u> <u>Riesgo</u>	Al menos 3 miembros en el Consejo Administración	Mínimo 1.200.000 €. Fondos de Capital Riesgo: Mínimo 1.650.000 €	Limitada al capital aportado en la sociedad
<u>Agrupación de Interés Económico</u>	Mínimo 2	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes

Tipos de empresas Verdes.

Las empresas verdes son aquellas empresas que realizan algún tipo de actividad recogida en la siguiente lista:

1. BIENES Y SERVICIOS MEDIOAMBIENTALES
 - a. Gestión Integral del Agua.
 - b. Suelos Contaminados.
 - c. Gestión de Residuos.
 - d. Energías Renovables, Ahorro y Eficiencia Energética.
 - e. Control de la Contaminación Atmosférica y Prevención del Ruido.
 - f. Gestión de los Recursos Naturales y Actividades en Espacios Forestales.
2. ACTIVIDADES INTERNAS DE PROTECCION AMBIENTAL EN LA INDUSTRIA.
3. OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL MEDIO AMBIENTE

- a. Agricultura Ecológica.
 - b. Ecoturismo.
4. ACTIVIDADES DE I+D+I RELACIONADAS CON EL MEDIO AMBIENTE.
- a. Organismos Públicos de Investigación.
 - b. Centros de Innovación y Tecnología.
 - c. Grupos de Investigación Universitarios.
 - d. Entidades Autónomas Universitarias.
5. EDUCACIÓN Y FORMACION EN MATERIA DE MEDIO AMBIENTE.
- a. Licenciatura en Ciencias Ambientales.
 - b. Formación Profesional Específica.
 - c. Formación Profesional Ocupacional.
 - d. Formación Superior No Reglada.
6. ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN AMBIENTAL.
7. EMPLEO PÚBLICO.

Por lo que podemos clasificar las empresas verdes de la siguiente manera:

Empresas dedicadas a:

- 1. TRATAMIENTO Y DEPURACIÓN DE AGUAS RESIDUALES
- 2. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE RESIDUOS
 - a. GESTIÓN DE RESIDUOS URBANOS.
 - b. GESTIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS.

- c. GESTIÓN DE CONSTRUCCIÓN Y DEMOLICIÓN.
 - d. RECUPERACIÓN, RECICLAJE Y VALORIZACION DE RESIDUOS (PAPEL/ CARTÓN, VIDRIO, PLÁSTICO, METALES, ACEITES, VEHICULOS FUERA DE USO, PILAS Y MATERIAL METÁLICO Y ELECTRÓNICO).
3. PRODUCCIÓN DE ENREGÍAS RENOVABLES.
- a. ENERGÍA EÓLICA.
 - b. ENERGÍA SOLAR FOTOVOLTAICA.
 - c. ENERGÍA SOLAR TÉRMICA.
 - d. APROVECHAMIENTO ENERGÉTICO DE LA BIOMASA.
4. GESTIÓN DE ESPACIOS NATURALES.
5. GESTIÓN DE ZONAS FORESTALES.
6. SERVICIOS AMBIENTALES A ENTIDADES Y EMPRESAS.
- a. CONSULTORÍA AMBIENTAL.
 - b. INGENIERÍA AMBIENTAL.
 - c. AUDITORÍA AMBIENTAL.
7. EDUCACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL.
8. AGRICULTURA Y GANADERÍA ECOLÓGICAS.

Anexos

LINEAS DE ASESORAMIENTO

Las principales webs relativas a organismos públicos a las que se puede dirigir para ampliar información en relación con la idea de emprender un negocio y trámites y ayudas en este sentido son:

VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL:

<http://www.ventanillaempresarial.org/opencms/opencms/es/Inicio/index.html>

PUNTOS DE ATENCIÓN AL EMPRENDEDOR: <http://www.creatuempresa.org/es-ES/Tramitacion/Paginas/RedPAIT.aspx>

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL: <http://www.sepe.es>

AGENCIA TRIBUTARIA: <http://www.aeat.es>

SEGURIDAD SOCIAL: <http://www.seg-social.es>

MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL: <http://www.mtin.es>

EMPREDIMIENTO EN LA COMUNIDAD DE MADRID: <http://www.emprendelo.es>

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO: <http://www.minetur.gob.es> y <http://www.ipyme.org/es-ES/Paginas/Home.aspx>

CAMARAS DE COMERCIO: <http://www.camaras.org/publicado/>

BUSCADOR DE SUBVENCIONES: <http://www.ayudas.net>

PORTAL TU-EUROPA EMPRESAS: http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_es.htm

PROGRAMA MICROFINANZAS PROGRES DE LA UNIÓN EUROPEA:
<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=327&langId=es>

ERASMUS PARA JÓVENES EMPRENDEDORES: <http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>

TU EUROPA PARA EMPRESAS: FINANCIACIÓN, PROCEDIMIENTOS...TODO EN UNO:
http://europa.eu/youreurope/business/index_es.htm

EU GO: ABRIR UN NEGOCIO EN OTRO PAÍS DE LA UE: <http://www.eugo.es/>

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN, AYUDAS Y SUBVENCIONES DESTINADAS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS:

SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA PARA LAS PYMES: <http://www.ipyme.org/es-ES/Financiacion/Paginas/FinanciacionPyme.aspx>

BUSCADOR DE AYUDAS DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA: <http://www.ipyme.org/es-es/bbdd/ayudasincentivos/Paginas/ConsultaRapida.aspx>

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL:
<http://www.ico.es/webcomercial/portal/destino/empresasyemprendedores>

MICROCRÉDITOS DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD:
<http://www.injuve.es/empleo/noticia/programa-de-microcreditos-para-jovenes>

AYUDAS PARA EMPRESAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS:

[Andalucía](#)

[Castilla-La](#)

[Extremadura](#)

[Navarra](#)

[Aragón](#)

[Mancha](#)

[Galicia](#)

[País Vasco](#)

[Asturias](#)

[Castilla y León](#)

[La Rioja](#)

[Islas Baleares](#)

[Cataluña](#)

[Madrid](#)

[Canarias](#)

[Ceuta](#)

[Melilla](#)

[Cantabria](#)

[Comunidad](#)

[Murcia](#)

[Valenciana](#)

LISTADO DE AYUDAS E INCENTIVOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS: [Acceso al Listado](#)

GUÍA DINÁMICA DE AYUDAS E INCENTIVOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS QUE PÚBLICA LAS AYUDAS ABIERTAS TANTO A NIVEL NACIONAL COMO AUTONÓMICO: [Acceso a la Guía](#)

OTRAS AYUDAS:

MICROCRÉDITOS DEL INSTITUTO DE LA MUJER:

<http://www.inmujer.gob.es/mujeresEmprendedoras/portada/home.htm>

ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE MUJERES:

- **OMEGA**
Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa
Pº S. Francisco de Sales, 26 2º A 28003 Madrid
Telf.: 91 399 50 26 - 91 399 51 38 Fax: 91 399 51 38
microcreditos@mujeresempresarias.org
- **FEMENP**
Federación Española de Mujeres Empresarias de Negocios y Profesionales
Fortuny, 3 1º Izq. 28010 Madrid
Telf.: 91 319 66 69 - 91 319 62 19 Fax.: 91 319 65 43
rsalamanca@femenp.com
- **FIDEM**
Fundació Internacional de la Dona Emprendedora
Pl. Ramón Berenguer el Gran, 1 ent. 2ª 08002 Barcelona
Telf.: 93 310 31 66 Fax: 93 268 74 00
fidem@telefonica.net

- **UATAE**
Unión de Asociaciones de Trabajadoras Autónomas y Emprendedoras
Agustín de Betancourt, 17-6 28003 Madrid
Telf.: 91 534 94 42 Fax: 91 534 61 92
formacion@upta.ugt.org
- **WWB**
Banco Mundial de la Mujer en España
Villanueva, 31 1º Dcha. 28001 Madrid
Telf.: 91 435 47 03 Fax: 91 576 80 26
wwb@bancomujer.org / www.bancomujer.org
- **FUNDACIÓN MUJERES**
Francisco de Rojas, 2 1º Izda 28010 Madrid
Telf.: 91 591 24 20 Fax: 91 447 24 61
asesoria@fundacionmujeres.es
- **FEDERACIÓN DE MUJERES PROGRESISTAS**
Ribera de Curtidores, 3 28005 Madrid
Telf.: 91 539 02 38 Fax: 91 527 03 02
fmp@fmujeresprogresistas.org
- **FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE MUJERES EN LA ECONOMÍA SOCIAL (ESFERA)**
Jardines, 15 28013 Madrid
Telf.: 91 522 15 33 Fax: 91 531 95 75
amesal@amesal.org

SOCIEDADES DE CAPITAL RIESGO: [Asociación Española de Capital Inversión](#).

SOCIEDADES DE GARANTÍA RECÍPROCA: [Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca](#).

BUSINESS ANGELS: [Red Española de Business Angels](#) y www.ipyme.org

RECURSOS DE LA RED EMPRENDEVERDE

<http://www.redemprenderverde.es/pg/pages/view/165/Inversi%C3%B3n/>

- Naturaleza de las Redes de Business Angels existentes en España y principales características de los agentes de mercado. ESBAN, Red Española de Business Angels. Diciembre 2008. [Naturaleza de las redes de Business Angels existentes en España](#)

- Financing Eco-innovation. 2011. EIM and Oxford Research for the European Commission, DG Environment [Financing Eco-innovation 2011.pdf](#)

- Alternativas de financiación para un proyecto emprendedor. 2010. Escuela de Negocios Caixanova. [Alternativas financiación 2010.pdf](#)
- Productos financieros y alternativas de financiación. Guía empresarial. 2008. AJE Confederación. [Productos Financieros AJE 2008.pdf](#)
- Principios de inversión responsable. Iniciativa de financiación del PNUMA. [Princip inv respon PNUMA.pdf](#)

PLANES DE NEGOCIO

- La Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa pone a disposición del emprendedor una herramienta para poder realizar el Plan de empresa. <http://servicios.ipyme.org/planempresa/>
- Guía para la elaboración de la memoria del Plan Empresarial. La Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. [Guía Plan empresarial ENISA.pdf](#)
- La Dirección General de Política de PYME, ofrece cursos on-line gratuitos en colaboración con la Escuela de Organizaciones Industriales EOI. http://www.ipyme.org/es-es/Cursos_On-Line/Paginas/Cursos_On-Line.aspx
- Manual para el desarrollo del Plan de empresa. Madrid emprende. [Manual desarrollo del Plan de Empresa Madrid emprende.pdf](#)

EMPRENEDORES

- Estudio del emprendimiento en España realizado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), año 2012, en el que se obtienen conclusiones interesantes sobre las tendencias

actuales de los emprendedores en España, desde la duración media de los proyectos hasta las fuentes de financiación y sus importes medios. [Global Entrepreneurship Monitor España 2012](#)

-Estudio para el diagnóstico de oportunidades para la aplicación de nuevos enfoques y herramientas en la comercialización de productos y servicios sostenibles vinculados al sector ambiental. Fundación Félix Rodríguez de la Fuente. 2012. [Estudio EcoMarket.pdf](#)

- Retrato de una PYME 2011. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. [Retrato de una PYME 2011](#)

- Servicio de apoyo a la persona emprendedora en España. Marzo 2010. Observatorio PYME. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. [Estudio Servicios Apoyo Emprendedores2010.pdf](#)

CREACIÓN DE EMPRESAS Y CONSOLIDACIÓN

- Creación y puesta en marcha de una empresa. Centro de asesoramiento a emprendedores. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Abril 2010. [Creación y puesta en marcha de una empresa](#)

- Dificultades propias del proceso de creación de empresas. 2010. Escuela de Negocios Caixanova. [Dif creac empresas 2010.pdf](#)

- Carbon Disclosure Project 2010. España: Las 85 mayores empresas por capitalización. 2010. Ecología y desarrollo. [CDP 2010 Spain-Report ecodes.pdf](#)

- I+D+i y cambio climático. Como aprovechar la capacidad tecnológica de la empresa española. 2010. Fundación Entorno. [I+D+i y Cambio climático F Entorno 2010.pdf](#)

- Guía de creación de empresas en el sector ambiental. 2007 Agrupación de desarrollo de Equalcrea. [Guía creación empresas sector ambiental.pdf](#)
- Claves para comprender la creación de empresas. 2007. Instituto de desarrollo Caixanova. [Claves comprender creac empresas 2007.pdf](#)

EMPLEOS VERDES

- Informe empleo verde en una economía sostenible. 2010 Fundación Biodiversidad y OSE. [2010 Informe empleo verde en una economía sostenible FB y OSE.pdf](#)
- Empleos verdes: hacia el trabajo decente en un mundo sostenible y con bajas emisiones de carbono. Mensajes normativos y principales conclusiones para los responsables de la toma de decisiones. 2008. PNUMA [2008 Principales Conclusiones Green Jobs Report PNUMA.pdf](#)
- Empleos verdes. Revista es posible. Febrero 2010. [Revista es posible empleos-verdes 2010.pdf](#)