

# MÓDULO DE ORIENTACIÓN AL AUTOEMPLEO

## SERVICIO DE APOYO AL AUTOEMPLEO

Agrupación de Desarrollo Promotora del Proyecto:

**MURCIA ACTIVA**

Elaboración del Material Didáctico:

**Teresa de Jesús Martínez Cánovas**

**M<sup>a</sup> Carmen Motos Bernal**



## **INDICE**

### **INTRODUCCION**

#### **MODULO I. Quiero ser emprendedor/ a.**

- 1. Analizar el entorno**
- 2. Como saber si soy una persona creativa.**
- 3. Técnicas para potenciar la creatividad**

#### **MODULO II. ¿Soy capaz de emprender?**

- 1. ¿Es una característica de la persona o se aprende?**
- 2. Habilidades que tengo y cuales me faltan. Cuestionario de habilidades emprendedoras**
- 3. Características que van a conseguir el éxito en una persona emprendedora**

#### **MÓDULO III. LA BÚSQUEDA DE LA IDEA**

- 1. CAMINOS PARA ENCONTRAR UNA IDEA.**
- 2. LAS DEMANDAS DE MI MUNICIPIO.**
  - 2.1. Detectando necesidades.**
- 3. VISIÓN E IDENTIFICACIÓN DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.**
  - 3.1. Detectando ideas.**
- 4. MADURACIÓN DE LA IDEA.**
  - 4.1. Elección de una idea.**

#### **MÓDULO IV: ¿CÓMO DESARROLLO MI IDEA?**

- 1. CREACIÓN EXPERIMENTAL DEL PRODUCTO.**
- 2. ANÁLISIS INICIAL DEL MERCADO.**
- 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO.**
- 4. PLAN DE VIABILIDAD.**

#### **MÓDULO V. MEDIO AMBIENTE.**

### **BIBLIOGRAFÍA**

## INTRODUCCIÓN

La opción del Autoempleo, la creación de la propia empresa es, cada vez más una vía de futuro al desarrollo profesional y a la entrada en un mercado laboral cada vez más limitado, y que afecta en gran medida a ciertos perfiles sociales que llevan a su vez ligado algún tipo de discriminación. Jóvenes, mujeres, mayores de 45 años, personas con discapacidad, inmigrantes, serán en muchas ocasiones los principales afectados por esta limitación del mercado laboral, poco sensibilizado a integrar en las empresas a personas de estas características.

La mayoría de personas que tienen en mente montar su propio negocio o empresas afirman que una de las mayores dificultades con las que se enfrentan es la económica, aunque esto no es siempre así, porque cada vez existen más apoyos a las iniciativas empresariales.

Vemos como día a día nacen empresas que tienen una vida cada vez más corta. Para que una empresa o negocio sobreviva se debe tener conocimiento de las dificultades que nos podemos encontrar, así como de las habilidades, conocimientos y competencias necesarias que debe tener un/a emprendedor/a para conseguir el éxito en la puesta en marcha de esa empresa.

La razón que lleva a una persona a poner en marcha una idea de negocio o un proyecto empresarial, son normalmente cualidades que van asociadas al propio carácter de la persona:

- **INICIATIVA:** Embarcarnos en una idea de trabajo distinta de la que normalmente conocemos.
- **CAPACIDAD DE RIESGO:** Pensar que es algo incierto, que nadie nos puede asegurar el éxito.
- **CREATIVIDAD:** Ser optimista y ver las oportunidades que nos ofrece el entorno, no pensar sólo en los problemas que nos pueden venir.
- **CONFIANZA EN UNO MISMO:** Pensar que ahora nadie nos tiene que decir lo que tenemos o no que hacer, nosotros somos jefes y empleados a la vez.

**Con este manual lo que se intenta es facilitar una herramienta de ayuda a aquellas personas que tienen una idea de negocio, para que tengan presentes aspectos que deben conocer a la hora de emprender.**

## MODULO I. Quiero ser emprendedor/ a.

1. Analizar el entorno
2. Como saber si soy una persona creativa.
3. Técnicas para potenciar la creatividad



### 1. Analizar el entorno:

Hay diversas circunstancias del entorno que pueden favorecer la puesta en marcha de empresas en los distintos sectores de actividad. No hay que comenzar un proceso de Emprender sin mirar a nuestro alrededor, porque es ahí donde encontraremos toda la información suficiente para desarrollar nuestra empresa.

Son muchas las oportunidades de negocio que podemos encontrar en el entorno que nos rodea, de las cuales podemos destacar:

### Incorporación de la mujer al mundo laboral

La incorporación de la mujer al mercado laboral ha provocado nuevas necesidades para cubrir esas tareas que antes realizaba: servicio doméstico, cuidado de niños y de mayores, comida rápida..., tareas realizadas por mujeres de manera no remunerada. La falta de tiempo de las personas que trabajan fuera de casa para hacer esas tareas, generan una cada vez mayor demanda de estos servicios.

## **La externalización de servicios en las empresas**

La tendencia a externalizar determinados departamentos está provocando, desde hace ya varios años, la proliferación de empresas cuya actividad es la prestación de servicios. Por tanto a la hora de poner en marcha una iniciativa empresarial, puede ser una buena idea, que sea la de prestar servicios que otras empresas puedan estar dispuestas a demandar, sobre todo, si se considera, que debido a su formación o experiencia, tiene una ventaja competitiva y es pionero en la oferta de dicho servicio en el mercado donde vaya a establecerse.

## **Apuesta por la innovación**

Descubrir una carencia en el mercado y ser capaz de darle respuesta, suele ser una de las formas más seguras de éxito que existen. Y ello, pese a que, a primera vista, puede parecer que seguir la estela de otros, pueda proporcionarnos unos dividendos más seguros. Hay que tener en cuenta que a veces las "ideas fantásticas" pueden llevarnos al fracaso si uno se deja arrastrar por ellas sin contar con datos objetivos y contrastados acerca de la existencia de una verdadera demanda.

## **Explota tu mayor habilidad**

A veces le damos poca importancia a las cosas que realmente se nos dan bien, cuando en realidad a la hora de poner en marcha nuestra idea empresarial podría ser la clave de éxito de nuestro negocio. Hay que tener en cuenta que una gran habilidad profesional, no siempre es sinónimo de que nuestro negocio vaya a funcionar de manera correcta.

## **Turismo**

El Turismo es hoy por hoy fuente de ideas emprendedoras, todavía son muchas las zonas que quedan por explotar e innumerables cosas nuevas por ofrecer dentro del sector turístico tradicional. Sin embargo es el turismo rural y de interior el que está hacia límites imprevistos.

Un emprendedor o emprendedora que quiera poner en marcha un proyecto empresarial, debe tener en cuenta todas estas circunstancias que ocurren a nuestro alrededor, porque de ellas depende en muchas ocasiones el éxito o el fracaso de nuestro proyecto.

## 2. Como saber si soy una persona creativa.



¿SOY YO UNA  
PERSONA CREATIVA?

La **creatividad** es un factor bastante importante en una persona emprendedora, a menudo asociamos creatividad con algo importante, y no somos capaces de darnos cuenta de que nuestro día a día está lleno de pequeños avances de personas que han sabido ver en el problema la solución.

Vamos a rellenar un **CUESTIONARIO** que nos puede ayudar a saber cual es nuestro grado de creatividad y a partir de ahí pensar si debemos potenciar más nuestra creatividad para que nos resulte más fácil conseguir nuestro proyecto .

| Nº | PREGUNTA  | RESPUESTA |
|----|---|-----------|
| 1  | ¿Se adapta con facilidad a situaciones imprevistas?         |           |
| 2  | ¿Cree que aún le queda mucho por aprender?                  |           |
| 3  | ¿Se informa continuamente de lo que ocurre en su entorno?   |           |
| 4  | ¿Piensa que los problemas sólo tienen una solución?         |           |
| 5  | ¿Le gusta descubrir nuevos caminos?                         |           |
| 6  | ¿Le gusta el riesgo?  |           |
| 7  | ¿Le gusta el arte moderno?                                  |           |
| 8  | ¿Suele advertir los cambios que se producen a su alrededor? |           |
| 9  | ¿Se concentra con facilidad, olvidándose del tiempo?        |           |
| 10 | ¿Asiste a cursos, actividades culturales.....'              |           |
| 11 | ¿Cuándo lee se adopta el papel de los personajes?           |           |
| 12 | ¿Cuándo emprende un proyecto lo continúa hasta el final?    |           |
| 13 | ¿Es capaz de adaptarse a cualquier situación?               |           |

---

|           |  |  |
|-----------|--|--|
| <b>14</b> | <b>¿Le gusta la competición?</b>   |  |
| <b>15</b> | <b>¿Acepta la derrota con deportividad?</b>  |  |
| <b>16</b> | <b>¿Acepta a los demás tal y como son?</b>   |  |
| <b>17</b> | <b>¿Es una persona que se inspira fácilmente?</b>  |  |
| <b>18</b> | <b>¿Tiene cambios de carácter repentinos?</b>  |  |
| <b>19</b> | <b>¿Es una persona a la que le brotan las ideas con facilidad?</b>                       |  |
| <b>20</b> | <b>¿Se considera con don de gentes?</b>  |  |
| <b>21</b> | <b>¿Le gusta preguntar cuando no entiende algo o se calla y espera que lo haga otro?</b> |  |
| <b>22</b> | <b>¿Es una persona que se entusiasma con facilidad?</b>                                  |  |
| <b>23</b> | <b>¿Le preocupa mucho lo que los demás piensen de usted?</b>                             |  |
| <b>24</b> | <b>¿Le gusta tener todo controlado, o por el contrario le gusta improvisar?</b>          |  |
| <b>25</b> | <b>¿Es realmente tolerante con los demás?</b>  |  |
| <b>26</b> | <b>¿Le gusta correr riesgos?</b>   |  |
| <b>27</b> | <b>¿Se siente emprendedor/a?</b>   |  |
| <b>28</b> | <b>¿Tiene sentido del humor?</b>   |  |
| <b>29</b> | <b>¿Le gusta la espontaneidad en los/as niños/as?</b>                                    |  |
| <b>30</b> | <b>¿Se considera una persona ordenada?</b>   |  |
| <b>31</b> | <b>¿Le gustan las ideas nuevas?</b>  |  |
| <b>32</b> | <b>¿Cuándo tiene algún problema busca ayuda en los demás?</b>                            |  |



## SOLUCION AL TEST

| Nº | Sí | No | A veces |
|----|----|----|---------|
| 1  | 3  | 2  | 0       |
| 2  | 3  | 0  | 0       |
| 3  | 3  | 2  | 0       |
| 4  | 0  | 3  | 2       |
| 5  | 3  | 2  | 0       |
| 6  | 3  | 2  | 0       |
| 7  | 3  | 2  | 0       |
| 8  | 3  | 1  | 0       |
| 9  | 3  | 2  | 0       |
| 10 | 3  | 2  | 0       |
| 11 | 3  | 2  | 0       |
| 12 | 3  | 3  | 0       |
| 13 | 3  | 2  | 0       |
| 14 | 3  | 2  | 0       |
| 15 | 3  | 2  | 0       |
| 16 | 3  | 2  | 0       |
| 17 | 3  | 2  | 0       |
| 18 | 3  | 3  | 0       |
| 19 | 3  | 2  | 0       |
| 20 | 3  | 2  | 0       |
| 21 | 3  | 2  | 0       |
| 22 | 3  | 2  | 0       |
| 23 | 0  | 2  | 3       |
| 24 | 0  | 0  | 3       |
| 25 | 3  | 2  | 0       |
| 26 | 3  | 2  | 0       |
| 27 | 3  | 2  | 0       |
| 28 | 3  | 2  | 0       |
| 29 | 3  | 0  | 0       |
| 30 | 0  | 2  | 3       |
| 31 | 3  | 2  | 0       |
| 32 | 3  | 2  | 0       |

### Más de 80 puntos:

Eres una persona bastante creativa. Debes potenciar esta cualidad para poder poner en marcha tus ideas.

### Entre 60 y 80 puntos:

Eres una persona con un potencial creativo, puedes sacar más de ti mismo. No te pares con la primera idea que te venga a la cabeza, sigue creando hasta que logres la más adecuada.

### Por debajo de 60 puntos:

Debes fomentar tu creatividad. Inténtalo, será divertido, quizás te pueden ayudar unos consejos que daremos más adelante.

## VAMOS A POTENCIAR LA CAPACIDAD CREATIVA

Tenemos que ser capaces de descubrir las diferentes formas de pensamiento que existe para abordar la realidad cotidiana y esto se consigue mediante el entrenamiento y las técnicas de pensamiento creativo.

Tenemos que ser conscientes de que existen unas barreras que nos impiden ser personas más creativas, porque nos dejamos llevar por lo que estamos acostumbrados a hacer:

- Pensar lógicamente
- Dejarnos llevar por estereotipos
- Nos da miedo el fracaso
- No queremos que nos tomen por tontos o locos
- No queremos que los demás se rían de nosotros/as

### 3. Técnicas para potenciar la creatividad

Existen una serie de técnicas sencillas para estimular la creatividad:

Partiríamos de la **OBSERVACION**, procurando fijarnos más en las cosas que nos rodean con el fin de captar la mayor cantidad de detalles, sólo así nos daremos cuenta de muchos pequeños problemas que hay a nuestro alrededor, para los que todavía no hay soluciones concretas.

Siguiendo en esta línea tendríamos ahora que agudizar nuestros **SENTIDOS**, la vista, el oído, el olfato, el gusto y el tacto experimentan sensaciones durante todo el día, sin embargo no nos paramos a pensar que nos dicen.

Hagamos una pequeña prueba, tomemos un producto, cerremos los ojos, ¿qué nos parece al verlo?, ¿qué sonido nos trae a la memoria?, ¿qué nos recuerda su sabor, olor o tacto?. Todo ello lo podemos también aplicar cuando tratemos sobre algo intangible.

Otra técnica sería el contemplar un problema desde varios puntos de vista. Para ello lo primero que habría que hacer es identificar el asunto que se desea resolver y luego preparar una **LISTA DE PREGUNTAS** que permitan resolverlo desde todos los ángulos posibles. Esta técnica es muy útil para mejorar un producto o servicio que ya existe.

Tenemos tendencia a dar por sabidas las cosas conocidas, pero cuando nos piden detalles, nos damos cuenta que no hemos percibido el todo completo. Lo que tratamos ahora es de ejercitar las dotes naturales que tenemos, por ello tomemos algo muy conocido y vamos a dedicarle **DIEZ MINUTOS** a estudiarlo, después tomemos un papel e intentemos dibujarlo, ¿cuánto ha conseguido aproximarse?.

La **TORMENTA DE IDEAS** sería otra técnica para estimular la creatividad, consistente en una reunión creativa con otras personas en la cual se origina una lista de ideas variadas sobre un tema concreto. Las cuatro reglas de oro para llevar a cabo una sesión de "tormenta de ideas" con éxito son:

- 1.- La crítica no está permitida
- 2.- Cuanto más extraña sea la idea, mejor
- 3.- Cuanto mayor sea el número de ideas, más posibilidades de triunfo
- 4.- Deben intentarse todas las combinaciones e intentar mejorar cada idea.

Para terminar con las técnicas para estimular la creatividad está **PENSAR EN OPUESTOS**. Cualquier atributo, concepto o idea carece de significado sin su opuesto: grande / pequeño, arriba / abajo. Partiendo de esta base han surgido muchas ideas novedosas. Hay que tener en cuenta que no se trata sólo de una manera de diferente de ver las cosas, sino de buscar y hacer todo lo contrario.



## MODULO II. ¿Soy capaz de emprender?

### 1. ¿ Es una característica de la persona o se aprende?

### 4. Habilidades que tengo y cuales me faltan. Cuestionario de habilidades emprendedoras

### 3. Características que van a conseguir el éxito en una persona emprendedora



¿SOY YO UNA PERSONA  
CAPAZ DE EMPRENDER?

### 1. ¿Es una característica de la persona o se aprende?

Hay muchas motivaciones que pueden llevar a un individuo a decidirse a poner en marcha una iniciativa empresarial. Una adecuada combinación de estas motivaciones junto a determinadas características personales deben ser los requisitos mínimos que ha de tener el emprendedor o la emprendedora para afrontar su iniciativa con garantía.

Son muchas las motivaciones que pueden impulsar a una persona a convertirse en emprendedor/a.

## CARACTERÍSTICAS DEL/A EMPRENDEDOR/ A

### **Independencia Profesional y Laboral**

Es evidente que la motivación de “ser tu propio jefe” hace que muchas personas se lanzen a la aventura, ya sea por tener nuevas experiencias, diferentes a las de trabajar por cuenta ajena o por una cuestión de principios. En este sentido es necesario mencionar que este motivo aunque sí es importante, no debería considerarse como único a la hora de tomar la decisión de poner en marcha una empresa.

### **Actividad elegida personalmente**

La motivación que genera el hecho de trabajar en una actividad elegida por uno mismo, el hacer realidad una idea propia, y la motivación que genera también el sentimiento de propiedad de la empresa hace que crear una se convierta en algo atractivo.

### **Ejercer de líder**

Es algo muy valorado por personas que desean convertirse en referencia para otra personas. Los emprendedores tienen una responsabilidad directa o indirecta con las personas que participan en el proyecto.

## Afán de Lucro

Uno de los hechos más frecuentes al tiempo que engañoso. Ciertamente es que una empresa que funciona bien puede permitir el enriquecimiento del empresario/a, pero no es menos cierto que pone mucho en juego y que a veces los beneficios llegan a medio o largo plazo.

Hay estudios que demuestran que existen unas ciertas características personales que distinguen a los emprendedores y emprendedoras de éxito de aquellos o aquellas que quizá se queden en el camino. La pregunta inmediata es ¿son habilidades innatas, o se pueden adquirir?

No cabe duda de que hay personas que nacen con un perfil de personalidad que les facilita realizar unas ciertas actividades con más facilidad que a otras personas. Personas que tienen más facilidad para hablar idiomas, otras que son muy "manitas"..... Ahora bien, todas estas habilidades se pueden adquirir, pero lo primero que tengo que saber es ¿qué habilidades, cuales tengo y cuales tengo que adquirir? Es decir, saber donde estoy y que me hace falta, para ello realizaremos a continuación un cuestionario que nos ayudará a conseguirlas.

## 2. Habilidades que tengo y cuales me faltan. Cuestionario de habilidades emprendedoras

El siguiente cuestionario tiene como objetivo, ayudarle a conocer las características más destacadas de su personalidad en relación con su actividad como emprendedor/a, de manera que se puedan identificar los aspectos que son necesarios reforzar, corregir o complementar.

### CUESTIONARIO

| <b>BLOQUE 1</b>  | <b>1<br/>Casi<br/>nunca</b> | <b>2<br/>A<br/>menudo</b> | <b>3<br/>Siempre</b> |
|--|-----------------------------|---------------------------|----------------------|
| En mi trabajo diario realizo mis tareas sin esperar a que me digan lo que tengo que hacer.                           |                             |                           |                      |
| Me pongo metas y propósitos concretos para avanzar en el desempeño de mi trabajo.                                    |                             |                           |                      |
| Soy una persona a la que le gusta investigar, preguntar...   |                             |                           |                      |
| Fuera del trabajo también suelo ser una persona que tome iniciativas y hago propuestas para emplear el tiempo libre. |                             |                           |                      |
| Cuando tomo la iniciativa, me hago responsable del éxito o fracaso de la acción.                                     |                             |                           |                      |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Propongo nuevas acciones o alternativas para alcanzar mis propósitos. |  |  |  |
| TOTAL .....   |  |  |  |

| BLOQUE 2   | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| Insisto en conseguir mis objetivos a pesar de los obstáculos y contratiempos que se presenten.   |                 |               |              |
| Los fracasos los vivo como una experiencia de lo que puedo sacar algo positivo y no me desanimo. |                 |               |              |
| Realizo mis trabajos sin desanimarme.  |                 |               |              |
| Si cometo un error, lo resuelvo y sigo adelante.   |                 |               |              |
| Soy capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiero.                                    |                 |               |              |
| Ante una tarea compleja y difícil, puedo desanimarme, pero supero el desánimo y continúo.        |                 |               |              |
| TOTAL .....  |                 |               |              |

| BLOQUE 3  | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|---|-----------------|---------------|--------------|
| Sólo llevo a cabo una idea cuando tiene posibilidades de éxito.                     |                 |               |              |
| El riesgo no me asusta, siempre que lo pueda controlar.                             |                 |               |              |
| Trato de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción o proyecto nuevo. |                 |               |              |
| Me gustan los desafíos y no temo equivocarme.                                       |                 |               |              |
| Si veo que en un proyecto es muy arriesgado, lo abandono.                           |                 |               |              |
| No vacilo en afrontar objetivos desafiantes, y en asumir riesgos calculados.        |                 |               |              |
| TOTAL .....   |                 |               |              |



| BLOQUE 4  | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|---|-----------------|---------------|--------------|
| Ante situaciones que requieren decisiones rápidas, soy práctico y rápido para encontrarlas.                                 |                 |               |              |
| Me gusta tomar decisiones y asumirlas.  |                 |               |              |
| Para tomar una decisión sopeso bien los "pros" y los "contras" de la misma.   |                 |               |              |
| Me considero una persona emprendedora y capaz de asumir decisiones importantes a pesar de la incertidumbre y las presiones. |                 |               |              |
| Ante una decisión, siempre elijo lo "más conveniente" y no lo que "más me gusta".   |                 |               |              |
| Cuando surgen problemas, tiendo a encontrar soluciones de inmediato.  |                 |               |              |
| TOTAL .....   |                 |               |              |

| BLOQUE 5  | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|---|-----------------|---------------|--------------|
| Soporto bien las situaciones confusas, poco claras o indefinidas. |                 |               |              |
| Me adapto a situaciones nuevas con facilidad.                     |                 |               |              |
| Estoy a gusto con la gente que tiene ideas diferentes a las mías. |                 |               |              |
| Me gusta discutir mis opiniones con otras personas.               |                 |               |              |
| Soy capaz de admitir mis propios errores.                         |                 |               |              |
| Se adaptarme rápidamente a los cambios.                           |                 |               |              |
| TOTAL .....   |                 |               |              |

| BLOQUE 6  | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|---|-----------------|---------------|--------------|
| Soy una persona con inquietudes, me gusta aprender cosas nuevas.  |                 |               |              |
| Estoy interesado/a en todos los aspectos de la gestión de una empresa, aunque algunos parecen algo aburridos o complicados. |                 |               |              |
| Aprovecho todas las oportunidades de aprender que se me presentan en el día a día.  |                 |               |              |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Me atraen las ideas muy nuevas.   |  |  |  |
| Las cosas nuevas que aprendo las relaciono fácilmente con las que ya conozco, lo que me permite tener una visión general mayor. |  |  |  |
| Me gusta escuchar a las personas, pienso que de todo el mundo se puede aprender algo.   |  |  |  |
| TOTAL .....   |  |  |  |

| BLOQUE 7  | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|---|-----------------|---------------|--------------|
| Cuando el trabajo se me acumula, soy capaz de establecer un orden según su importancia. |                 |               |              |
| El desorden me pone nervioso/a.   |                 |               |              |
| Siempre me resulta fácil encontrar lo que busco.  |                 |               |              |
| Siempre cumplo las fechas límites que me marco en mis tareas.                           |                 |               |              |
| Se organizar mis tareas para ganar tiempo.  |                 |               |              |
| Siempre pongo cada cosa en su sitio después de utilizarla.                              |                 |               |              |
| TOTAL .....   |                 |               |              |

| BLOQUE 8   | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| Soy una persona con mucha vitalidad en el desarrollo de mis actividades.           |                 |               |              |
| Me considero una persona eficaz, capaz de asumir desafíos y dominar nuevas tareas. |                 |               |              |
| Generalmente siempre tengo confianza en mí mismo.                                  |                 |               |              |
| Soy capaz de convencer a los demás sobre la viabilidad de mis proyectos.           |                 |               |              |
| Soy una persona tranquila que no teme las consecuencias de sus decisiones.         |                 |               |              |
| No me resulta difícil convencer a los demás sobre lo acertado de mis decisiones.   |                 |               |              |
| TOTAL .....  |                 |               |              |

| BLOQUE 9   | 1<br>Casi nunca | 2<br>A menudo | 3<br>Siempre |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| Conozco cuales son mis principales habilidades y las utilizo para alcanzar lo que me propongo. |                 |               |              |
| Tengo una motivación muy fuerte para cumplir con mis objetivos y mis propias exigencias.       |                 |               |              |
| Me gusta el triunfo, siempre que lo haya conseguido por mis propios medios.                    |                 |               |              |
| Soy capaz de buscar mil razones para conseguir lo que me propongo.                             |                 |               |              |
| Soy una persona con una meta clara, conseguir aquello que me propongo.                         |                 |               |              |
| Cumplo con todos los compromisos adquiridos.   |                 |               |              |
| <b>TOTAL .....</b>   |                 |               |              |

En este cuestionario que acaba de rellenar, cada bloque de 6 cuestiones se corresponde con cada una de las características que deben estar presentes en una persona emprendedora. Para encontrar su perfil deberá anotar las puntuaciones que ha sacado en los diferentes bloques.

### RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

| BLOQUE | CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD                       | PUNTOS OBTENIDOS |
|--------|---|------------------|
| 1      | Iniciativa  |                  |
| 2      | Fortaleza ante las dificultades                       |                  |
| 3      | Capacidad para asumir riesgos                         |                  |
| 4      | Capacidad de toma de decisiones                       |                  |
| 5      | Flexibilidad  |                  |
| 6      | Capacidad de aprendizaje                              |                  |
| 7      | Organización y Planificación del tiempo y del trabajo |                  |
| 8      | Confianza en uno mismo                                |                  |
| 9      | Afán de logro   |                  |

Con estos resultados vamos a conocer cuál es su perfil de emprendedor. En el siguiente cuadro coloque un punto en la columna de puntuación, según la puntuación total que haya conseguido en cada bloque. Cuando haya colocado todos los puntos únalos con una raya, como si estuviera haciendo un gráfico y obtendrá su perfil como persona emprendedora. Los picos que se tengan en la columna de más de 6 indican sus **PUNTOS FUERTES**, que deberá fomentar y en los que tenga menos de 4 son sus **PUNTOS DEBILES**, que deberá entrenar y potenciar.

### AUTOEVALUACION DEL PERFIL EMPRENDEDOR/A

| BLOQUE | CARACTERISTICA DE PERSONALIDAD                        | Más de 12 puntos | Entre 7 y 12 puntos | Menos de 7 puntos |
|--------|---|------------------|---------------------|-------------------|
| 1      | Iniciativa  |                  |                     |                   |
| 2      | Fortaleza ante las dificultades                       |                  |                     |                   |
| 3      | Capacidad para asumir riesgos                         |                  |                     |                   |
| 4      | Capacidad de toma de decisiones                       |                  |                     |                   |
| 5      | Flexibilidad  |                  |                     |                   |
| 6      | Capacidad de aprendizaje                              |                  |                     |                   |
| 7      | Organización y Planificación del tiempo y del trabajo |                  |                     |                   |
| 8      | Confianza en uno mismo                                |                  |                     |                   |
| 9      | Afán de logro   |                  |                     |                   |

Ahora que ya tiene definido su perfil, compruebe cuáles son sus **puntos fuertes** y sus **puntos débiles**.

| MIS PUNTOS FUERTES | MIS PUNTOS DEBILES |
|--------------------|--------------------|
|                    |                    |
|                    |                    |
|                    |                    |
|                    |                    |
|                    |                    |
|                    |                    |

### 3. Características que van a conseguir el éxito en una persona emprendedora

#### CARACTERÍSTICAS DE ÉXITO EN UN/A EMPRENDEDOR/ A





## **MÓDULO III. LA BÚSQUEDA DE LA IDEA**

### **1. CAMINOS PARA ENCONTRAR UNA IDEA.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

### **2. LAS DEMANDAS DE MI MUNICIPIO.**

#### **2.1. Detectando necesidades.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

### **3. VISIÓN E IDENTIFICACIÓN DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.**

#### **3.1. Detectando ideas.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

### **4. MADURACIÓN DE LA IDEA.**

#### **4.1. Elección de una idea.**

**Objetivos.  
Desarrollo  
Ejercicio de trabajo.**

La finalidad de este Módulo III, es la creación de un amplio banco o inventario de ideas de actividad económica y su explotación, en relación con la persona emprendedora, para propiciar la elección de una, intentando al mismo tiempo fomentar el desarrollo de una mentalidad creativa.

Para ello se propone una serie de ejercicios dirigidos a favorecer el desarrollo de la creatividad y la detección de ideas de negocio.

## **La Búsqueda de la idea.**

### **1. Caminos para encontrar una idea.**

#### **Objetivos.**

- Posibilitar la creación de un espacio que desarrolle actitudes creativas.
- Facilitar el conocimiento de las vías y modos diversos de encontrar ideas.
- Identificar posibles ideas partiendo del saber hacer de cada persona.

#### **Desarrollo.**

- Presentación de la actividad.
- Trabajo individual. Realizar los ejercicios de trabajo planteado.
- Análisis de los resultados. ¿Ha permitido obtener ideas?, ¿Es posible a través de este método encontrar ideas de actividad en la zona?, ¿Cuáles se han identificado?.
- Conclusiones.

#### **Ejercicios de trabajo.**

- Respuesta a las cuestiones planteadas.
- Exposición y debate de las conclusiones.
- Exposición de ideas de actividad económica.



Las oportunidades de negocio, básicamente, provienen de alguna de las siguientes categorías:

- Existe demanda de un producto o servicio, pero esta demanda está en la actualidad nada, poco o mal atendida;
- Existe un producto, pero es posible fabricarlo más barato, o introducir mejoras en su calidad;
- Existe un producto, pero es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores prestaciones o más económico;
- Existe un producto (generalmente costoso) que, cuando se avería o se rompe, tiene que ser sustituido por uno nuevo, y sin embargo este producto es reparable;
- Fuera de España existe un producto que aquí no es conocido, y que sería factible de producir y comercializar;
- En España existe un producto que no es conocido en otros países, y que es susceptible de ser exportado;
- En España se importa un producto extranjero, susceptible de ser producido ventajosamente aquí;
- La persona emprendedora (o alguien asociado/a a él/ella posee una habilidad especial, una afición, o un conocimiento específico susceptible de utilización mercantil)
- El emprendedor/a (o alguien asociado/a a él/ella) ha desarrollado un invento susceptible de ser explotado empresarialmente;
- Existe la posibilidad de aprovechar o reciclar una materia prima, un residuo industrial, los desechos de algún tipo de industria
- En la actualidad se utiliza en la industria una materia prima, que puede ser sustituida ventajosamente por otra.
- El emprendedor/a tiene una afición, susceptible de convertirse en profesión.

### Ejercicio de trabajo.

Se debe fomentar el desarrollo y mantenimiento de una actitud creativa, basada en una mentalidad abierta, durante toda la tarea. Al inicio de éste no debe excluirse ninguna idea por disparatada que parezca ya que la intención es disponer de una gran cantidad de ellas; sólo posteriormente se reflexionará y analizarán desde diferentes ángulos para que adquieran una cierta coherencia y permitan, posteriormente en otras actividades, la elección de la que se considere más ajustada a la propia persona.

**1.** Se contestará individualmente a las preguntas planteadas, tratando de encontrar así, ideas de actividad económica, sin olvidar, el territorio donde se quiere emprender el negocio.

- Soluciones para servicios que no funcionan.....
- Escuchar las quejas de la gente.....
- Conocer los gustos de la gente.....
- Analizar los defectos de los productos.....
- Pensar en otra forma de fabricar un producto.
- Analizar las tendencias económicas.....
- Desarrollar un negocio existente.....
- Completar una actividad que está funcionando.....
- Utilizar una actividad que funciona en otra parte.....
- Estudiar los defectos de los negocios existentes.....
- Utilizar la propia experiencia profesional.....
- Combinar productos/servicios y convertirlos en uno nuevo.....
- Convertir en actividad económica una afición...
- Analizar la propia actitud como persona consumidora.....

**2.** Conclusiones. Exposición y debate sobre las respuestas dadas a las preguntas

**3.** Señalar en la columna de la izquierda, la mayor cantidad de actividades posibles que se podrían realizar ahora mismo para ganar dinero y en la columna de la derecha, quién las compraría.

| ACTIVIDADES | COMPRADOR/A |
|-------------|-------------|
|             |             |

**4.** Conclusión. alguna de esas actividades, ¿Podría convertirse en empresarial si las estudiaras con detalle.

## **2. LAS DEMANDAS DE MI MUNICIPIO:**

### **2.1. Detectando necesidades.**

#### **Objetivo.**

- Obtener información sobre las necesidades de la zona para analizar su posible conversión en ideas de actividad emprendedora.
- Favorecer la obtención de un método de investigación y análisis que permita conocer posibles huecos productivos.

#### **Desarrollo.**

- Presentación de la actividad.
- Trabajo individual. Realización de la encuesta.
- Puesta en común y análisis. Se elaborará el listado de necesidades detectadas y se identificará para cada una de ellas, la actividad económica que le daría respuesta. El análisis se centrará en la discusión sobre si las necesidades que se plantean afectan a una gran parte de la población y serían, por lo tanto, factibles como idea o por el contrario son necesidades muy puntuales o que afectan a poca gente.
  - Conclusiones.

#### **Ejercicio de trabajo.**

- Realización de la encuesta.

En un encantador cuento ("El Sacristán"), nos narra como, " el sacristán de la iglesia de Santa María es despedido por el nuevo párroco por no saber leer ni escribir. Y cómo el pobre hombre, abrumado y desesperado, se pone a vagar a la ventura y, de repente, se encuentra en un barrio desconocido para él. Tiene ganas de fumar, y como no le queda tabaco pregunta por el estanco más próximo. Le indican donde queda dicha tienda de tabaco, que resulta estar lejísimos. El sacristán se da cuenta de que si en aquel barrio el estanco más cercano queda a varios minutos de distancia a pie, sería un buen negocio instalar por su cuenta un despacho de tabaco y similares. Así lo hace.

Los negocios le van bien y va expandiendo su negocio. Siempre que quiere abrir un nuevo estanco, se va a un barrio distinto y pregunta a la gente dónde queda el estanco más cercano, y si no hay ninguno por las inmediaciones, busca una planta baja desocupada y abre una nueva tienda".

Lo que nos interesa de esta narración es la manera en que este sacristán concibe la idea de crear un negocio por su cuenta. Descubriendo un área geográfica poco atendida por la competencia.

Pues esto es lo que vamos a estudiar en esta tercera actividad.

### **He aquí algunas preguntas clave:**

- a) ¿Precisan aquí mi producto o servicio?**
- b) Si actualmente no lo necesitan: ¿qué medios adoptaré para que detecten la carencia de mi producto o servicio?.**
- c) ¿Es posible que espontáneamente – a causa del crecimiento demográfico, por ejemplo – se comience a solicitar mi producto o servicio?.**
- d) ¿Cuál es el número exacto de mis clientes potenciales?.**
- e) ¿Existe ya competencia de mi negocio?**
- f) ¿Es posible establecer ventajas relevantes frente a ella?**
- g) ¿Es un lugar de crecimiento o de declive?**
- h) ¿Dónde están estableciéndose en los últimos meses negocios similares?**
- i) ¿Es agradable el ambiente de la zona donde considero razonable montar mi negocio?**

El nivel social del entorno del negocio marca la "altura" del negocio, y paralelamente los desembolsos exigibles: no sólo a la baja, sino también al alza. Poner precios bajos en una zona residencial de alto standing es tan insensato como instalar un negocio de alta costura en un barrio de clase baja.

Si no hay en el entorno potenciales clientes del nivel social preciso, resultará más complicado llevar a cabo las ventas previstas en el plan de viabilidad.

### Ejercicio de trabajo.

1. Será posible realizar la encuesta de forma totalmente aleatoria si sólo se pretende obtener un primer acercamiento a la realidad.

| <b><u>ENCUESTA DE NECESIDADES</u></b>   |  |
|---|--|
| Edad:   | Sexo: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer |
| Estado Civil:   |  |
| Nivel de estudios:  |  |
| Situación laboral:  |  |
| <input type="checkbox"/> Empleado/a.:   | <input type="checkbox"/> por cuenta propia.                          |
| <input type="checkbox"/> Desempleado/a.   | <input type="checkbox"/> por cuenta ajena.                           |
| <input type="checkbox"/> Estudiantes.   |  |
| <input type="checkbox"/> Otras:.....  |  |
| ¿Es necesario comprar algún producto que use a diario fuera de su municipio?<br>¿Y eventualmente? |  |
| ¿De qué producto se trata?  |  |
| ¿Qué mejoras podrían presentar ese producto si fuera vendido en su municipio?                     |  |
| ¿Qué tipo de empresas lo ofertan?   |  |
| ¿Dónde estás situadas esas empresas?  |  |
| ¿Cómo ha conocido que esas empresas ofertaban el producto deseado?                                |  |
| ¿Cambiaría el lugar de compra si ese mismo producto se ofertará en su municipio?                  |  |
| ¿Cuál es coste del producto? ¿Y el coste total del producto si agregamos desplazamiento?          |  |

**2. Estableceremos unas pautas para realizar la encuesta:**

- Explicad para qué están realizando esta encuesta: detección de necesidades de los/las habitantes de mi municipio.
- Intentad pasar entrevista a hombres y mujeres de distintos grupos de edad.
- Intentad que conteste a todas las preguntas.
- No preguntad sobre cuestiones personales.

**3. Elaboración de las conclusiones personales de cada alumno/a, sobre la tarea realizada y la información obtenida.**

**4. Señalar tres ideas de actividad económica, entre todas las barajadas, que le resulten más atractivas.**



### **3.-.VISIÓN E IDENTIFICACIÓN DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.**

#### **3.1. Detectando ideas.**

##### **Objetivo.**

- Proporcionar un bloque de propuestas de trabajo que faciliten la indagación y explotación de posibles ideas de actividad económica.
- Ampliar el banco de ideas elaboradas hasta el momento para favorecer la elección de una idea.

##### **Desarrollo.**

- Dado que se trata de un conjunto de propuestas de trabajo, el desarrollo se propone en cada una.

##### **Ejercicios de trabajo.**

- Juego de los cartones.
- Ideas sobre el futuro.

La idea no tiene porque ser un producto o servicio completamente nuevo. La mayor parte de las veces, basta con una ligera variación de cosas que ya existen en el mercado, pero que pueden ser mejoradas en **el precio, el servicio, el plazo, las prestaciones...** Pero poner un negocio para hacer lo mismo que hacen los demás es casi una garantía de fracaso. No debemos perder de vista que nuestro producto debe diferenciarse en algo de los ya existentes.

Quizás una de las cosas que mejor caracteriza a los/as emprendedores/as es que saben reconocer oportunidades donde los demás no vean nada, y – lo que es, más importante todavía – saben como capitalizarlas y obtener un beneficio de ellas.

En cualquiera de los casos, tanto si ha llegado a la idea de negocio aplicando un procedimiento sistemático, o de un modo intuitivo, o hasta por causalidad, es evidente la necesidad de evaluar la idea, de determinar si aquello es una oportunidad de negocio real, o sólo tiene sus apariencias.

**La evaluación inicial de una idea de negocio debe hacerse, al menos a la luz de los siguientes enfoques:**

Opiniones de familiares, amigos, profesores, empresarios amigos/as, profesores/as, etc.... (que no sean concurrentes en el mismo producto o segmento de mercado)...Estas personas nos pueden dar su opinión, que podrá ser más o menos acertada, pero que en principio se supone honesta y desinteresada, añadiendo, en el caso de los familiares y amigos más cercanos la inestimable condición de conejillos de Indias del producto.

Personas pertenecientes al público objetivo al que se dirigirá nuestro producto. Si, por ejemplo, se trata de un servicio de canguros para cuidar niños pequeños en las ausencias y salidas de sus padres, será bueno hablar con familias que utilicen, o puedan utilizar este tipo de servicio.

Servicio de ayuda a emprendedores/as del Ayuntamiento.

Una percepción negativa acerca de nuestra idea que eventualmente podamos recibir no debe desanimarnos, ante bien, debe agradecerse en la medida en que pone de relieve debilidades de nuestro proyecto. Un fallo detectado a tiempo, y al que se le pone de remedio desde el inicio puede ahorrarnos muchos disgustos después.

Una percepción positiva no debe deslumbrarnos tampoco, ya que si bien nos dará ánimos acrecentados, difícilmente va a añadir rentabilidad a nuestro proyecto.

En esta etapa no es infrecuente que las personas consultadas nos aporten ideas interesantes, e incluso se da el caso de alguno se ofrezca como socio o inversor en nuestro proyecto.

### **Ejercicios de trabajo.**

#### **Juego de los cartones:**

- Cada alumno/a escribe una idea que pueda convertirse en actividad económica y le pasa el cartón a la persona de la derecha.
- Esta lee el cartón y escribe en él otra idea y le pasa el cartón a la siguiente persona de su derecha.
- Así hasta que cada una vuelva a encontrar el cartón en el que empezó a escribir.
- Se recogen en la pizarra, se eliminan las ideas repetidas, si las hay, y el resto se agrupa por temas.
- Conclusiones.

#### **Ideas sobre el futuro:**

- Realizar una lluvia de ideas en gran grupo a través de la siguiente instrucción: "Estamos en el 2.015. ¿Qué actividades creemos que serán necesarias en ese momento en tu zona?".
- Recoger en la pizarra, agrupándolas en dos columnas: las que ya existen aunque sean mejorables y las que no existen
- Analizar como mejorar las actividades existentes y la posibilidad de convertir en ideas de actividades las que no existen aún.
- Conclusiones.

#### **Fomentar el pensamiento creativo: Ideas de negocios.**

- Se trata de analizar los distintos sectores económicos en los que pueden surgir ideas de negocios: servicios sociales, comercio, venta de inmuebles, servicios a empresas, oficios, limpieza, turismo, ocio, alimentación, hostelería....
- Puesta en común y análisis. Elección de tres ideas.
- Conclusiones.

## **4.- MADURACIÓN DE LA IDEA.**

### **4.1. Elección de una idea.**

#### **Objetivos.**

- Profundizar en el conocimiento de las ideas preseleccionadas.
- Favorecer la elección de una idea teniendo en cuenta los aspectos trabajados hasta el momento.

#### **Desarrollo.**

- Presentación de la actividad.
- Trabajo individual. Se trata de revisar las tres ideas que se han preseleccionado para elegir una.
- Puesta en común y análisis. Se hará una rueda de exposiciones en la que cada alumno/a, expondrá al grupo la idea que ha elegido y las razones.
- Conclusiones.

#### **Ejercicio de trabajo.**

- Señalar las tres ideas que se han seleccionado.
- Completar el cuadro de trabajo.
- ¿Cuál de las tres ideas se ajusta más a tu situación?
- Conclusión personal. La idea sobre la que voy a realizar un análisis de viabilidad es.....

Como acabamos de ver, los procedimientos por los que una idea se abre paso son muy diversos. Sin embargo muchas personas tienen ideas aprovechables que no se concretan necesariamente en un proyecto empresarial. Tener la idea no es suficiente, se necesita, además, identificarla como una posible fuente de negocio, como una oportunidad empresarial. Y una vez identificada como tal, debe ser madurada.

La maduración es un proceso por el que una idea en bruto se va perfilando hasta constituir un cuasi -proyecto empresarial.

**El proceso clásico de maduración comprende actividades tales como:**

- Lectura de libros y de revistas especializadas.
- Búsquedas en Internet sobre el tema de nuestro interés;
- Visitas a ferias, exposiciones, demostraciones, salones monográficos, para ver que se está haciendo en ese sector concreto de nuestro interés;
- Petición de datos a entes oficiales, tales como cámaras de comercio, asociaciones de industriales de ese sector, Ministerio de industria, Institutos oficiales o privados, datos de la Unión Europea;
- Conversaciones con personas introducidas en el sector objeto de nuestro interés;

**De este modo se puede conjurar en gran medida el riesgo de fracaso en nuestro proyecto de creación de una empresa, fracaso que, la mayor parte de las veces se debe a:**

- Desconocimiento del mercado en que queremos introducirnos.
- Inadecuación del producto o servicio a las necesidades de los usuarios.
- Carencia de la formación básica en técnicas de administración y gestión de empresas
- Problemas en la producción, distribución, comercialización, cobro del servicio, et

### Ejercicio de trabajo.

1. Señala las tres ideas que has preseleccionado.
2. De cada una de ellas señala, lo que te exige personal y profesionalmente su puesta en práctica y lo que tú puedes aportar en esos terrenos.

| IDEA | EXIGENCIAS |               | APORTACIONES |               |
|------|------------|---------------|--------------|---------------|
|      | PERSONALES | PROFESIONALES | PERSONALES   | PROFESIONALES |
|      |            |               |              |               |

3. ¿Cuál de las tres ideas se ajusta más a tu situación?
4. Conclusión personal. La idea sobre la que voy a realizar un análisis de viabilidad es.....





## **MÓDULO IV: ¿CÓMO DESARROLLO MI IDEA?**

### **1. CREACIÓN EXPERIMENTAL DEL PRODUCTO.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

### **2. ANÁLISIS INICIAL DEL MERCADO.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

### **3. ANÁLISIS DEL ENTORNO.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

### **4. PLAN DE VIABILIDAD.**

**Objetivos.  
Desarrollo.  
Ejercicio de trabajo.**

Este módulo tiene como misión, analizar con detalle las características de la idea elegida y el mercado al que se dirige.

En él, se plantea solamente un preanálisis de viabilidad económica, para conocer la posición de la idea en este momento en el lugar donde se va a llevar a cabo.

## **1.-CREACIÓN EXPERIMENTAL DEL PRODUCTO.**

### **Objetivo.**

- Definición del producto o del servicio que vamos a proporcionar.

### **Desarrollo.**

- Presentación de la actividad.
- Realización del trabajo planteado.
- Análisis de los resultados. Conclusiones.

### **Ejercicio de trabajo.**

- Realización del ejercicio planteado.

Si el producto es algo tangible, por ejemplo, un aparato, herramienta, dispositivo, etc..Hay que crearlo físicamente. Hay que producir el proto-tipo, y también protegerlo mediante las oportunas patentes.

A veces el producto no es tangible, como en el caso de los servicios, hay que definir exactamente en qué va a consistir dicho servicio, y hacerlo por escrito.

## Ejercicio de trabajo.

1. Una manera válida para comprobar si nuestra descripción es completa consiste en verificar si responde a los siguientes interrogantes fundamentales. Intenta responder a estas cuestiones.



**Quién.** A quién le es útil; quién lo puede manejar, servirse de ello; quién puede pagarlo.

**Qué.** En qué consiste, qué hace, qué problemas resuelve, qué ventajas tiene sobre otros productos similares.

**Porqué.** Porqué es preferible a otros productos, qué beneficios proporciona su uso.

**Cuándo.** Cuándo se utiliza (época del año, en vacaciones, los fines de semana, los días de labor, de día de noche, hora del día, en ocasiones especiales...), cuándo estará a la venta.

**Dónde.** Dónde se utiliza, lugar físico, lugar geográfico, en el hogar, al aire libre. Dónde se puede guardar, almacenar, instalar.

**Cómo.** Cómo se utiliza, modo de manejo, de aplicación de pedido, de envío, de pago.

**Cuánto.** Cuánto cuesta el producto, su mantenimiento, cuánto se tarda en recibirlo, cuánto tiempo dura, cada cuánto tiempo hay que revisarlo, repararlo, hacerle mantenimiento preventivo.

2. Exposición de las conclusiones.

## 2. Análisis inicial del mercado.

### Objetivos.

- Identificación de los/as posibles clientes/as.
- Detectar necesidades a cubrir con ese producto o servicio.

### Desarrollo.

- Presentación de la actividad.
- Realización del ejercicio
- Conclusiones.

### Ejercicio de trabajo.

Cuando se le pregunta a un/a emprendedor/a en qué consiste el objeto de su empresa, suele contestar cosas así como: **fabricamos tacos de plástico para fijar tornillos en la pared, distribuimos comida a domicilio.**

Las dos respuestas reflejan una realidad, pero al mismo tiempo las dos presentan un rasgo común erróneo, están orientadas al producto, no al mercado.

- El primero se ve así mismo, como fabricante de material de bricolaje.
- El segundo como distribuidor de comida.

### **Los dos han centrado su respuesta en el producto.**

El problema de tomar como referente único al producto es que dejamos de pensar en las personas a las que va destinado. La gente no compra pizza, porque le encante el producto, sino porque es una solución rápida, cómoda y barata de improvisar una comida o cena cuando, de improvviso, se presentan en casa unos amigos, o no queremos cocinar, porque ello supone dejar de ver la final de la Copa del Rey que retransmiten por televisión. **Es decir, la gente no compra productos, compra lo que el producto le proporciona.**

**Ejemplo:** Un restaurante puede ser un poco más caro, y su comida no tan buena como la de otro, pero preferimos ir al primero porque queda más cerca de nuestra oficina, porque son muy rápidos sirviendo, porque hay aire acondicionado, o porque los camareros van con chaqueta blanca, mientras que en el otro van en camisa. Es decir, por motivos que nada tienen que ver con la comida ni con su precio, que es en lo primero que piensa el/la empresario/a orientado al producto.

El éxito de nuestra futura empresa no depende tanto del producto como del grado en que éste sea capaz de satisfacer las necesidades, preferencias y deseos de nuestros clientes. De modo que vale la pena dedicar un tiempo a conocer a nuestros clientes actuales o potenciales y sus inclinaciones.

Todo producto se crea para un mercado. Por bueno que sea un producto, necesita que un número suficiente de clientes esté dispuesto a adquirirlo. Por debajo de un umbral mínimo, el mejor producto es inviable.

El análisis inicial del mercado busca asegurarse de que existe una demanda para un producto dado, y que esta demanda, convenientemente cuantificada, es suficiente para alcanzar el mínimo de ventas que harán al producto viable y rentable.

Podríamos definir a **un/a cliente/a:** “**como a alguien, que tiene unas determinadas necesidades, necesidades que nuestro producto puede satisfacer en mayor o menor grado y que tiene la capacidad económica para pagar por ello.**” **El conjunto de nuestros clientes constituye nuestro mercado.**

El dato fundamental es que para ser cliente/a nuestro, éste debe tener una necesidad satisfecha o insatisfecha, una capacidad económica para adquirir nuestro producto y una determinación de hacerlo.

### **Lo primero es la necesidad.**

¿Quién tiene necesidad de una guardería? Ciertamente parejas jóvenes urbanas, con niños pequeños, y en la que los dos trabajen, parejas monoparentales, mujeres solas con hijos/as...

¿Quién tiene necesidad de cuidadores para ancianos/as? No los propios ancianos, porque la determinación de la adquisición del servicio no suele ser decidida por ellos, sino personas de nivel económico medio, medio-alto y alto, emancipadas, residentes en ciudades, con padres o suegros mayores afectados en mayor o menor

grado de una discapacidad física o psíquica, y a los que no desean recluir en una residencia de la tercera edad.

En el supuesto anterior, el de usuarios/as potenciales de los servicios de cuidadores de ancianos/as a domicilio, hemos empleado criterios de segmentación, es decir hemos calificado a nuestra clientela usando criterios:

- [De edad](#) (Personas, hombres o mujeres emancipados).
- [De circunstancias familiares](#) (con padres o suegros mayores y afectados en algún grado por tipo de incapacidad física o psíquica).
- [De residencia](#) (urbana).
- [Económicos](#). (Clase media, media-alta y alta).
- [Socioculturales](#). (Profesionales, ambos trabajan).
- 
- [Ideológicos](#). (No quieren dejar a los padres en una residencia de la tercera edad).

Es importante identificar bien al cliente, porque los errores en este sentido se pagan caros. En este sentido es importante diferenciar al consumidor del comprador.

Los datos que se requiere obtener del mercado suelen referirse a:

[Tamaño del mercado](#), expresado en número de personas o de empresa, en volumen de compras.

[La tendencia](#): Cuál es la demanda actual del producto en cuestión. Cuál podría ser la demanda futura de este producto.

[La temporalidad](#) (temporalidad anual, estacional, cíclica, de principios o finales de semana o de mes).

[Productos o soluciones actualmente utilizados](#).

[La concurrencia](#), quiénes, cuántos son, dónde están, cuánto venden, cómo venden, cuánto tardan en servir.

[Red y sistemas de distribución](#).

El análisis inicial puede realizarse de dos manera:

**[Análisis cualitativo](#)**, utilizando medios tales como hablar con los/as consumidores/as actuales del producto, que son nuestros clientes potenciales; entrevistándonos con intermediarios (almacenistas, tenderos, jefes de compras de empresas de distribución...); intentar conseguir información de personas que trabajen o hayan trabajado en empresa de la competencia;

**[Análisis cuantitativo](#)**, utilizando técnicas de estudios de mercado.

Cuando sabemos quién es nuestro cliente, a lo que se llama conocer el segmento objetivo, estamos en condiciones de verificar si el producto o servicio satisface realmente las necesidades, deseos y expectativas de aquél, y si no es así, ya sabemos en que sentido habrá que modifica

### Ejercicios de trabajo.

1. Completa el siguiente cuadro.

| <b>PRODUCTOS / SERVICIOS</b> |                     |                   |                     |                    |
|------------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|--------------------|
| <b>MIS CLIENTES</b>          |                     |                   |                     |                    |
| <b>EDAD</b>                  | <b>C. FAMILIARS</b> | <b>RESIDENCIA</b> | <b>F ECONÓMICOS</b> | <b>F. SOCIALES</b> |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |
|                              |                     |                   |                     |                    |

2. Estudio de mercado.

| <b>MERCADO</b>                  |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Tamaño del mercado</b>       |  |
| <b>Temporalidad</b>             |  |
| <b>Tendencia</b>                |  |
| <b>Productos utilizados</b>     |  |
| <b>Concurrencia</b>             |  |
| <b>Sistemas de distribución</b> |  |

3. Conclusiones.



### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO.

#### Objetivos.

- Permitir una visión global, como conclusión, de todo el trabajo desarrollado a lo largo del Módulo.
- Propiciar la realización de un análisis sobre la viabilidad estratégica de la idea.
- Favorecer una síntesis que permita sentar las bases par tomar una decisión: elaborar un Plan de empresa, abandonar la idea o cambiarla.

#### Desarrollo.

- Presentación de la actividad.
- Trabajo individual. Con toda la información obtenida a lo largo de todo el curso, elaborar la plantilla que figura en el ejercicio.
- Puesta en común.
- Conclusiones.

#### Ejercicio de trabajo.

El estudio más exacto de las condiciones del mercado de hoy puede desactualizarse al cabo de muy poco tiempo. **Por ejemplo**, tú fabricas un producto que se utiliza en la industria de la construcción, una recesión económica puede afectar drásticamente a las empresas constructoras y, como consecuencia de ello, tu propia empresa puede quedarse repentinamente sin beneficios, o incluso entrar en pérdidas. O quizás fabricas un artilugio que se vende muy bien, pero de la noche a la mañana, una importación masiva de productos de la República Popular China, de los que se venden en las tiendas multiprecio, puede dejarte sin un solo cliente/a.

Ejemplo de esto, es el caso de un hostelero que montó un restaurante-cafetería en las afueras de un pueblecito, justo al lado de una carretera nacional. El restaurante estaba dotado de un gran aparcamiento para camiones y otro para turismos. Los dos tipos de clientela eran atendidos en dos comedores diferentes: uno de menú y otro a la carta con precios y servicios bien diferenciados. Asimismo el local disponía de un mostrador de cafetería, abierta las 24 horas del día, donde se podía consumir bebidas y comidas rápidas. Junto al restaurante montó una gasolinera. EL negocio funcionó viento en popa durante varios años, hasta que un cambio del trazado de la carretera para evitar tocar el pueblo hundió en la miseria a la persona que había montado aquel negocio, que una vez fue próspero.

No existe, desgraciadamente, ningún procedimiento infalible para protegerse de estos cambios en el entorno. Pero la lectura de lo que se publica sobre nuestro sector, el enterarse de lo que está sucediendo en otros sitios, la relación con personas de nuestro propio oficio a través de asociaciones empresariales, la formación constante, el visitar ferias y exposiciones y procurar hablar con muchas personas distintas son los remedios de andar por casa para evitar muchas sorpresas desagradable.

### **ALGUNOS TIPOS DE CAMBIOS EN EL ENTORNO QUE PUEDEN AFECTAR POSITIVA O NEGATIVAMENTE AL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS.**

- Cambios demográficos.
- Cambios en la coyuntura económica.
- Cambios legales.
- Cambios fiscales.
- Cambios en los ingresos de las personas.
- Cambios en el nivel educativo.
- Cambios en las actitudes y en los valores de la sociedad.
- Cambios en los temas de salud.
- Cambios en los horarios de trabajo y en la utilización del tiempo libre.
- Aparición de nuevos productos.
- Aparición de un competidos poderoso.

En el momento de constitución de tu empresa, por consiguiente, debes informarte sobre la realidad de hoy, pero también acerca de las tendencias del mañana.

### **Ejercicio de trabajo.**

1. Recoger en la plantilla toda la información que se haya obtenido a lo largo del curso, las debilidades y fortalezas de la idea de actividad económica y las oportunidades o amenazas que se ciernan sobre ella.

| ENTORNO  |               | IDEA Y YO  |             |
|----------|---------------|------------|-------------|
| AMENAZAS | OPORTUNIDADES | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|          |               |            |             |

2. Observando el resultado, la idea te parece viable ¿por qué? Te parece que no es viable, ¿por qué?

**3. Resultado del Proceso vivido. La decisión es:**

- Elaborar el Plan de Empresa.
- Abandonar la idea.
- Reformular la idea o elegir otra.

## **4.- PLAN DE VIABILIDAD.**

### **Objetivos.**

- Elaborar un primer Plan de Viabilidad.

### **Desarrollo.**

- Presentación de la actividad.
- Trabajo individual por parte de los/as alumnos/as.
- Conclusiones.

### **Ejercicio de trabajo.**

Con un Plan de Viabilidad cuidadosamente elaborado y afanosamente ejecutado puede fracasar. Sin él, es más probable el hundimiento del proyecto.

Un plan de viabilidad ha de ser flexible. Se indicarán varios caminos por los que avanzar, sendas que habrá que explotar...Pero flexibilidad no significa caos. Se puede alterar la ruta, sin excesivo riesgo, cuando la orientación está definida.

### **Los puntos más importantes son:**

**¿Qué vendo?,**

**¿Cómo lo vendo?,**

**¿A quién se lo vendo?,**

**¿Por qué me compra?**

**¿Qué margen neto obtengo?**

Cada negocio debe contar con su propio plan de viabilidad. Cada sector tiene diferentes necesidades. Y dentro de un nicho de mercado, cada empresa acumula características originales.

Conviene detallar lo más posible el plan de viabilidad. De ese modo se evitan sorpresas. O, cuando aparezcan, serán menos numerosas y más livianas.

Ante la primera dificultad, o al tropezar con el primer obstáculo que no coincide con lo considerado en el plan, no hay que pensar que todo es ya inútil.

Quienes realicen una chapuza de plan de viabilidad para quitárselo de en medio (o porque se lo exige en una determinada entidad financiera, por ejemplo), también carecerán de seriedad a la hora de poner en marcha el proyecto. Habitarse al rigor es un reto para un/a emprendedor/a.

El primer plan que uno ve o que uno elabora no es "el plan". Es divertido, ver a jóvenes emprendedores convencidos de que la oportunidad que tienen por delante es la oportunidad, y que dejarla pasar sería tanto como tirar su vida por la ventana. Ese tipo de inmadurez se supera cuando se tiene la posibilidad de ojear unas cuantas docenas de planes de viabilidad, de los que han triunfado y de los que han fracasado.

Una vez elaborado con suficiente seriedad un plan de viabilidad, lo mejor que ha de desearse al/a emprendedor/a es constancia en la aplicación y isuertei

El plan de viabilidad debe ser claro y, preferiblemente, breve. Lo que más interesa al inversor es cuánto va a ganar, en qué plazo y de qué modo

Hay que buscar un nombre atractivo para el negocio. Es difícil, porque si se desea con el tiempo expandirse.

El logo debe estar bien diseñado para que no ofenda sensibilidades, para que indique el objeto del negocio, para que – en su caso – dé idea de agilidad, de disponibilidad para el servicio, de dinamicidad, etc. Hay que dedicarle tiempo y contar con expertos.

En el plan de viabilidad hay que describir con detalle las posibilidades de desarrollo del negocio. De un lado, porque la proyección hacia el futuro es lo que muchas veces justificará iniciales renuncias y esfuerzos. Por otra, porque hay inversiones que sólo prestan atención a compañías que tienen significativas posibilidades de desarrollo, y desprecian a quienes van a limitarse a "negocietes".

Nunca hay que "hacer de menos" a la competencia. Actuar así indica ingenuidad o un orgullo que sorprenderá a cualquiera un poco objetivo. Si tan "inútiles" fueran, no habrían entrado en el mercado, o no permanecerían en él.

¿Quién puede entrar en el mercado?¿En qué condiciones?¿Con qué apoyo?¿Cuáles son los propios puntos fuertes y los débiles?. Nunca hay que olvidar que en cuanto un negocio empieza a ir, otros lo copiarán.

El plan de marketing tendrá un presupuesto ambicioso y una organización determinada. Unos pocos anuncios pasan inadvertidos en medio de la oferta que recibe cualquier ciudadano de un país desarrollado.

Deben especificarse los riesgos, e indicarse cómo se hará frente a ellos – uno detrás de otro – cuando se presenten. Afirmar – o pensar – que no existen peligros, es grave ingenuidad...

No ha de insistirse demasiado en que la principal ventaja competitiva va a ser que uno atenderá a los clientes de una manera más personalizada que cualquier negocio de la competencia. Como idea, está bien, pero hay que ser más preciso. Hasta cierto punto – aunque resulte exagerado -, sólo se dirige aquello que se mide.

#### 4.1. Plan de Viabilidad.

##### 1.- Descripción de la actividad

|  |
|--|
|  |
|--|

##### 2.- Socios/as.

|                | Número | Beneficiarios/as |
|----------------|--------|------------------|
| <b>Hombres</b> |        |                  |
| <b>Mujeres</b> |        |                  |
| <b>Total</b>   |        |                  |

**3.- Forma jurídica.**

S.A

C.B.

S.L

Autónomo

**4.- Mercado.**

**Territorial:**

Local

Comarcal

Regional

Nacional

Internacional

**Clientes:**

Particulares

Empresas

Instituciones.

**Descripción del mercado.**

**5.- Misión.**



**6.- Competencia.**

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Nº de establecimientos:</b>   |  |
| <b>Localización:</b>             |  |
| <b>Estudio de la actividad:</b>  |  |
| <b>Hueco de mercado que hay:</b> |  |

**7.- Proveedores.**

| <b>NOMBRE</b> | <b>DIRECCION</b> | <b>TLF</b> | <b>PRODUCTOS</b> | <b>PRECIOS</b> | <b>LOCALIDAD</b> |
|---------------|------------------|------------|------------------|----------------|------------------|
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |
|               |                  |            |                  |                |                  |

### 8.- Descripción detallada de los servicios que se van a prestar.

| Producto | C. Unidad | C.General | C.Total | Beneficios | Precio.Venta .Públ. |
|----------|-----------|-----------|---------|------------|---------------------|
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |
|          |           |           |         |            |                     |

### 9.- Gastos .

#### A. Gastos de creación de una empresa.

|                        |  |
|------------------------|--|
| Gastos de constitución |  |
| Local.                 |  |
| Movilizado             |  |
| Alta de servicio.      |  |
| Publicidad             |  |
| Existencias Iniciales  |  |
| <b>TOTAL</b>           |  |

**B. Gastos de Funcionamiento.****a). Fijos.**

|                   |  |
|-------------------|--|
| Alquiler/Préstamo |  |
| Suministros       |  |
| S.Sociales        |  |
| Salarios          |  |
| Gestoria          |  |
| <b>TOTAL</b>      |  |

**b). Variables.**

|              |  |
|--------------|--|
| Publicidad   |  |
| Otros        |  |
| <b>TOTAL</b> |  |

**10.- Conclusiones.**

|  |
|--|
|  |
|--|



## **MÓDULO V. MEDIO AMBIENTE.**

### **1. ANEXO I. ACTIVIDADES SOMETIDAS A EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL.**

#### **1.1. Directrices, Planes y Programas.**

#### **2. Proyectos de Obras y Actividades.**

##### **2.1. Sobre el Medio Ambiente.**

##### **2.2. Aprovechamiento y Gestión Forestal.**

##### **2.3. Agricultura y Zootecnia**

##### **2.4. Industrias Agroalimentarias.**

##### **2.5. Industria Extractiva.**

##### **2.6. Actividades Industriales Energéticas.**

##### **2.7. Obtención y Transformación de metales y derivados.**

##### **2.8. Otras Actividades Industriales.**

##### **2.9. Recuperación, Tratamiento y Almacenamiento de Residuos y Subproductos.**

##### **2.10. Otras Infraestructuras y Proyectos de Obras.**

##### **2.11. Planeamiento Urbanísticos.**

### **2. ANEXO II. ACTIVIDADES CUYA CALIFICACIÓN AMBIENTAL CORRESPONDE A LOS AYUNTAMIENTOS.**

### **3. ANEXO III. ACTIVIDADES EXENTAS DE LA TRAMITACIÓN ESTABLECIDA EN LA LEY.**

### **4. ANEXO IV. ACTIVIDADES SOMETIDAS A AUDITORÍA AMBIENTAL.**

La protección del Medio Ambiente es una demanda social y una obligación de todos los ciudadanos, por ello a la hora de poner en marcha una iniciativa empresarial el/la emprendedor/a debe saber que existe una normativa con respecto a la protección del medio ambiente en la Región de Murcia y es la **ley 1/1995, DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE**, de 8 de marzo.

Los planes de empresa se realizarán incorporando las medidas medioambientales que sean aplicables y para ello podemos contar con el asesoramiento de los/as técnicos/as responsables en materia de medio ambiente de nuestros Ayuntamientos, quienes nos indicaran los tramites administrativos a seguir.

A continuación viene detallada una relación de actividades **sujetas y exentas** de calificación ambiental.

## **1. ANEXO I. ACTIVIDADES SOMETIDAS A EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL.**

### **1.DIRECTRICES, PLANES Y PROGRAMAS.**

- a) Montes. Aprovechamiento y gestión forestal. Repoblaciones.
- b) Agricultura (modernización y transformación, abandono) y Ganadería. Actividades cinegéticas.
- c) Pesca y acuicultura.
- d) Gestión de residuos agropecuarios, sólidos urbanos, industriales, radiactivos, tóxicos y peligrosos, hospitalarios.
- e) Depuración de aguas y saneamiento.
- f) Lucha contra la contaminación atmosférica.
- g) Lucha contra la erosión y desertificación. Regulación hidrológica.
- h) Ordenación de recursos mineros y actividades extractivas.
- i) Carreteras, transportes, puertos y otras infraestructuras territoriales.
- j) Industria y energía.
- k) Turismo.
- l) Desarrollo regional y desarrollo económico.
- m) Ordenación del territorio.
- n) Planeamiento urbanístico: Planes Generales Municipales de Ordenación Urbana, Normas subsidiarias y complementarias de Planeamiento, y sus revisiones, así como las modificaciones que reduzcan la superficie de suelo no urbanizable o incrementen el suelo industrial.

## 2. PROYECTOS DE OBRAS Y ACTIVIDADES.

### 2.1. SOBRE EL MEDIO NATURAL.

- a) Cualquier proyecto a realizar en un Área de Sensibilidad Ecológica donde exista el riesgo de alteración de la realidad física o biológica de la zona.
- b) Toda transformación de uso del suelo, en Áreas de Sensibilidad Ecológica mayor de 10 ha., o mayor de 5 ha. si la pendiente es igual o superior al 10%.

### 2.2. APROVECHAMIENTO Y GESTIÓN FORESTAL.

- a) Tala, corta o arranque de arbolado natural o naturalizado en superficies mayores de 50 ha. En todos los casos quedan exceptuadas las cortas correspondientes a tratamientos selvícolas o culturales.
- b) Repoblaciones forestales en superficies mayores de 50 ha.
- c) Caminos rurales y pistas forestales en laderas con pendiente superior al 10%.
- d) Actividades u obras que supongan relleno, aterramiento, drenaje, y desecación de humedales naturales, seminaturales, o naturalizados.

### 2.3. AGRICULTURA Y ZOOTECNIA.

- a) Transformación de terrenos incultos o seminaturales para la explotación agrícola intensiva en superficies mayores de 50 ha., o de 20 ha. si la pendiente es igual o superior al 10%.
- b) Concentración parcelaria de terrenos cuya superficie sea mayor de 50 ha.
- c) Transformación de secano a regadío en superficies mayores a 50 ha.
- d) Instalaciones ganaderas:
  - Vacuno de más de 300 cabezas.
  - Ovino y caprino de más de 1.000 cabezas
  - Porcino de más de 350 plazas de reproductores en ciclo cerrado, o cebaderos con más de 800 cabezas.
  - Avícolas o cunícolas de más de 15.000 unidades.
- e) Mataderos con capacidad superior a las 1.000 Tm/año, y salas de despiece con capacidad superior a 4.000 Tm/año.
- f) Instalaciones de cultivos marinos, tanto las situadas sobre tierra firme como en el medio acuático.

### 2.4. INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS.

- a) Cervecerías y malterías.
- b) Azúcares y confituras.
- c) Jarabes y refrescos.
- d) Conservas de productos animales y vegetales.
- e) Aceites, margarinas, grasas animales y vegetales.
- f) Féculas industriales.
- g) Fábricas de harinas de huesos y gluten de pieles.

- h) Fábricas de harina de pescado y extracción y tratamiento del aceite de pescado.
- i) Destilerías de alcohol, de esencias y transformación de vinazas.

### 2.5. INDUSTRIA EXTRACTIVA.

- a) Explotaciones extractivas de minerales combustibles sólidos y metálicos energéticos, así como sus instalaciones accesorias.
- b) Explotaciones y extracciones a cielo abierto de minerales metálicos y no metálicos e instalaciones accesorias.
- c) Instalaciones de preparación y tratamiento de metales ferrosos y no ferrosos.
- d) Extracción de minerales diferentes a los metálicos y energéticos, como mármoles, calizas, arena, gravas, pizarras, sales, yesos, fosfatos y potasa.
- e) Extracción, tratamiento o transformación de amianto, sales potásicas, fosfatos y nitratos.
- f) Instalaciones dedicadas a la fabricación de cemento.

### 2.6. ACTIVIDADES INDUSTRIALES ENERGÉTICAS.

- a) Extracción o captación de gas natural, así como plantas de producción y distribución.
- b) Extracción y refinado de crudos del petróleo, así como de su almacenamiento.
- c) Producción de hidrocarburos y lubricantes a partir de petróleo bruto.
- d) Centrales térmicas, plantas de cogeneración y otras instalaciones industriales para la producción de energía eléctrica, vapor y agua caliente, así como centrales hidroeléctricas.
- e) Centrales nucleares y otras industrias dedicadas al almacenamiento, enriquecimiento, transporte o tratamiento de materiales o residuos radiactivos o a su manipulación con vistas a posteriores usos.
- f) Plantas de transformación de energía solar y energía eólica que ocupen una superficie mayor de 5.000 m<sup>2</sup>.
- g) Fábricas de coque.
- h) Aglomeración industrial de hulla y lignito.

### 2.7. OBTENCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE METALES Y DERIVADOS.

- a) Fundiciones e instalaciones siderúrgicas de producción y tratamiento de metales.
- b) Tostación, calcinación, aglomeración o sintetización de minerales metálicos.
- c) Embutido y corte de piezas de grandes dimensiones.
- d) Construcción de estructuras metálicas y tratamiento y revestimiento de metales.
- e) Caldererías, construcción de depósitos metálicos y otras piezas de chapistería.
- f) Construcción y ensamblaje de todo tipo de vehículos a motor, así como partes del mismo.



- g) Instalaciones dedicadas a la construcción, prueba y reparación de motores.
- h) Astilleros e instalaciones para la construcción y reparación de embarcaciones y buques mayores de 50 Tm de desplazamiento, así como de maquinaria marítima.
- i) Instalaciones dedicadas a la construcción o reparación de aeronaves y ferrocarriles.

#### 2.8. OTRAS ACTIVIDADES INDUSTRIALES.

- a) Instalaciones químicas integradas.
- b) Fabricación de productos químicos y tratamiento de productos intermedios, en especial de productos fitosanitarios, farmacéuticos, pinturas y barnices, elastómeros y peróxidos.
- c) Instalaciones industriales para el almacenamiento de productos petroquímicos y gases licuados del petróleo.
- d) Fabricación, almacenamiento y manipulación de productos explosivos.
- e) Fabricación de aglomerado asfáltico.
- f) Fabricación de vidrio.
- g) Fabricación de pasta de papel.
- h) Industrias de fibras textiles, tintado y fabricación de fibras artificiales.
- i) Industrias de lavado, desengrasado y blanqueado de lana.
- j) Industrias del cuero y curtidurías.
- k) Industrias de la madera, aglomerados, contrachapados y tableros de fibras.
- l) Fabricación, producción y tratamiento de celulosa.
- m) Industrias del plástico, caucho, fabricación y tratamiento de elastómeros.
- n) Fabricación de fibras minerales artificiales.

#### 2.9. RECUPERACIÓN, TRATAMIENTO Y ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS Y SUBPRODUCTOS.

- a) Vertederos, almacenamiento y plantas de tratamiento de residuos sólidos urbanos, industriales, tóxicos y peligrosos, agropecuarios y hospitalarios.
- b) Instalaciones dedicadas al almacenamiento y tratamiento de residuos radiactivos.
- c) Estaciones depuradoras de aguas residuales.
- d) Depósitos de lodos.

#### 2.10. OTRAS INFRAESTRUCTURAS Y PROYECTOS DE OBRAS.

- a) Oleoductos, gaseoductos y transporte por tuberías de hidrocarburos y productos químicos.
- b) Líneas de transporte de energía eléctrica de alta tensión.
- c) Construcción de autopistas, autovías, carreteras y otras vías de tránsito, así como variantes de población y desdoblamientos, incluyendo las mejoras de trazado superior a 10 Km.
- d) Emisarios submarinos.
- e) Construcción de ferrocarriles, tranvías, metro, funiculares y teleféricos.
- f) Obras de canalización, encauzamiento, trasvases y de regulación hidráulicas.

- g) Presas y embalses de riego con capacidad superior a 50.000 m<sup>3</sup>.
- h) Presas de altura de diques o muros superior a 9 m.
- i) Explotación de acuíferos cuando el volumen anual de extracción sea superior a 500.000 m<sup>3</sup>.
- j) Construcción y ampliación de aeropuertos, aeródromos y helipuertos de uso público o particular, incluyendo las pistas para despegue y aterrizaje de ultraligeros.
- k) Construcción de puertos comerciales de pesca o deportivos, así como la ampliación de dársenas, dragados y nuevos muelles.
- l) Obras de regeneración de playas, corrección y defensa de costa, construcción de espigones o diques, dragados y cualquier otra que implique ganar terreno al mar.
- m) Campos de golf.
- n) Pistas y circuitos de velocidad o de pruebas y experimentación para vehículos a motor.
- o) Plantas desalinizadoras de aguas.
- p) Instalaciones para la explotación y envasado de agua de manantial.
- q) Cualquier actividad que demande, use o vierta más de 250 m<sup>3</sup> de media diaria de aguas no marinas, excluyendo usos de abastecimiento con fines domésticos, plantas de potabilización y consumos en riego agrícola.

#### 2.11. PLANEAMIENTO URBANÍSTICO.

- a) Planes para la localización de polígonos industriales y proyectos de urbanización de Planes Parciales de uso industrial.
- b) Planes Parciales de proyectos de urbanización en zonas seminaturales o naturales.
- c) Programas de Actuación Urbanística.

---

## **2. ANEXO II. ACTIVIDADES CUYA CALIFICACIÓN AMBIENTAL CORRESPONDE A LOS AYUNTAMIENTOS.**

1. Avicultura.
2. Cunicultura.
3. Doma de animales y picaderos.
4. Explotaciones de ganado cabrío.
5. Explotación de ganado equino.
6. Explotación de ganado porcino.
7. Explotación de ganado lanar.
8. Instalaciones para cría o guarda de perros.
9. Explotaciones de ganado vacuno.
10. Comercio al por menor de todo tipo.
11. Venta y almacenes de artículos de droguería.
12. Venta y almacenes al por mayor de artículos de perfumería.
13. Venta y almacenes al por mayor de artículos de limpieza.
14. Venta y almacenes al por mayor de abonos orgánicos.
15. Venta y almacenes al por mayor de materiales de construcción.
16. Venta y almacenes al por mayor de comestibles.
17. Venta y almacenes al por mayor de artículos de confección.
18. Venta y almacenes al por mayor de piensos para animales.
19. Garajes.
20. Exposición, venta y lavado de vehículos.
21. Estudios de rodajes de películas.
22. Estudios de televisión y videoclubes.
23. Talleres de tintorería-quitamanchas y de limpieza y planchado.
24. Actividades relacionadas con la reparación y desguace de vehículos, electrodomésticos, y mecanismos y equipos en general hasta un máximo de 50 Kw de potencia instalada. Se exceptuarán de la competencia municipal todas aquellas actividades que eliminen sus vertidos líquidos fuera de colectores municipales y las productoras y gestoras de residuos tóxicos y peligrosos, salvo empresas generadoras de aceites usados, taladrinas agotadas y restos de pinturas, barnices, lacas, tintes y similares que eliminen dichos residuos mediante entrega a gestores autorizados.
25. Imprentas y fotorrevelado.
26. Industrias de la prensa periódica.
27. Aserrado, tallado y pulido de la piedra y rocas ornamentales.
28. Derribos y demoliciones.
29. Salas de proyección de películas.
30. Locales de teatro.
31. Restaurantes, cafés, cafeterías, bares, quioscos-bar (fijos o móviles) y similares con música o sin ella, tablaos flamencos y salas de exposiciones y conferencias.
32. Discotecas.
33. Gimnasios.
34. Academias de enseñanza, bailes, y similares.
35. Agencias de transporte.
36. Oficinas, oficinas bancarias y similares, actividades comerciales y de servicios en general, excepto venta de productos químicos o combustibles como drogas, preparados farmacéuticos, lubricantes, muebles de madera o similares, siempre que

su potencia mecánica instalada (compresores de aire acondicionado, ventiladores, montacargas, etcétera) supere los 10 Kw o su superficie sea superior a 1.000 m<sup>2</sup>.

37. Manipulación de productos hortofrutícolas.

38. Tostado de café.

39. Fábricas de embutidos sin matadero.

40. Obtención de levadura, prensada y en polvo.

41. Fabricación de pan y productos de pastelería.

42. Industrias fabriles que no precisen de otras autorizaciones ambientales exigidas por la legislación en vigor.

### **3. ANEXO III. ACTIVIDADES EXENTAS DE LA TRAMITACIÓN ESTABLECIDA EN LA LEY.**

- a) Talleres artesanos y talleres auxiliares de construcción de albañilería, escayolistería, cristalería, electricidad, fontanería, calefacción y aire acondicionado, siempre que estén ubicados en planta baja o sótano, su potencia mecánica instalada no supere los 5 Kw y su superficie sea inferior a 200 m<sub>2</sub>.
- b) Talleres de relojería, orfebrería, platería, joyería, bisutería, óptica, ortopedia y prótesis, siempre que estén ubicados en planta baja o sótano, su potencia mecánica instalada no supere los 5 Kw y su superficie sea inferior a 200 m<sub>2</sub>.
- c) Talleres de confección, sastrería, peletería, géneros de punto, sombrerería y guarnicionería, siempre que estén ubicados en planta baja o sótano, su potencia mecánica instalada no supere los 5 Kw y su superficie sea inferior a 200 m<sub>2</sub>.
- d) Talleres de reparación de electrodomésticos, radio-telefonía, televisión, maquinaria de oficina y máquinas de coser, siempre que estén ubicados en planta baja o sótano, su potencia mecánica instalada no supere los 5 Kw y su superficie sea inferior a 200 m<sub>2</sub>.
- e) Corrales domésticos, entendiéndose por tales las instalaciones pecuarias cuya capacidad no supere 2 cabezas de ganado vacuno o equino, 2 cerdas reproductoras, 3 cerdos de cebo, 3 cabezas de ganado ovino o caprino, 10 conejas madres o 20 aves, respectivamente.
- f) Instalaciones para cría o guarda de perros, susceptibles de albergar como máximo 4 perros.
- g) Actividades de almacenamiento de objetos o materiales, excepto productos químicos o combustibles como drogas, preparados farmacéuticos, fertilizantes, plaguicidas, pinturas, barnices, ceras, neumáticos, lubricantes, muebles de madera similares, siempre que su superficie sea menor de 300 m<sub>2</sub>, cuando las actividades estén aisladas, o de 150 m<sub>2</sub>, en los demás casos.
- h) Instalaciones de almacenamiento de combustibles líquidos o gaseosos para usos no industriales.
- i) Garajes para vehículos cuya superficie sea inferior a 150 m<sub>2</sub>.
- j) Actividades comerciales de alimentación sin obrador, cuya potencia mecánica instalada (compresores de cámaras frigoríficas, ventiladores, montacargas, etcétera) no supere los 5 Kw y cuya superficie sea inferior a 400 m<sub>2</sub>.
- k) Oficinas, oficinas bancarias y similares, actividades comerciales y de servicios en general, excepto venta de productos químicos o combustibles como drogas, preparados farmacéuticos, lubricantes, muebles de madera o similares, siempre que su potencia mecánica instalada (compresores de aire acondicionado, ventiladores, montacargas, etcétera) no supere los 10 Kw o su superficie sea inferior a 1.000 m<sub>2</sub>.
- l) Actividades comerciales de farmacia, objetos o muebles de madera, papelería y artículos de plástico, cuya superficie sea inferior a 200 m<sub>2</sub>.

---

#### **4. ANEXO IV. ACTIVIDADES SOMETIDAS A AUDITORÍA AMBIENTAL.**

1. Centrales térmicas convencionales, plantas de cogeneración y otras instalaciones de combustión con una potencia instalada total, igual o superior a 30 Megawatios térmicos.
2. Refinerías de petróleo.
3. Plantas de tratamiento y lavado de minerales con una capacidad igual o superior a 50 Tm/hora.
4. Plantas de tostación, calcinación, aglomeración, sintetización u otros usos de minerales metálicos con capacidad de producción superior a 3.000 Tm/año de mineral procesado.
5. Fabricación de ferroaleaciones.
6. Acerías y fundiciones con una capacidad de producción superior a 1.000 Tm/año.
7. Galvanizado y revestimientos metálicos con una capacidad superior a 500 Tm/año.
8. Extracción, tratamiento y transformación de amianto.
9. Instalaciones de trituración, aserrado, tallado y pulido de la piedra con potencia instalada igual o superior a 50 C.V.
10. Fábricas de cementos con producción superior a 5.000 Tm/año.
11. Fabricación de vehículos automóviles.
12. Fabricación de vidrio de primer fundido con capacidad de producción superior a 5.000 Tm/año.
13. Fabricación de pinturas, lacas y barnices.
14. Fabricación de explosivos.
15. Fabricación de plásticos, caucho u otros elastómeros.
16. Fabricación de fibras minerales artificiales.
17. Producción de fertilizantes químicos.
18. Producción de pesticidas.
19. Producción de lejías, sosas, detergentes y derivados con capacidad de producción superior a 750 Tm/año.
20. Industrias químicas destinadas a la fabricación de productos farmacéuticos o veterinarios.
21. Almazaras y refinerías de aceite de oliva y de orujo de aceitunas con producción superior a 100 Tm/año.
22. Instalaciones para el secado, curtido o salado de pieles y cueros con una producción anual superior a 20 Tm/año.
23. Instalaciones para el lavado, tintado o fabricación de fibras textiles.
24. Mataderos municipales o industriales con capacidad de sacrificio diario equivalente a 100 unidades de ganado vacuno y porcino, 300 unidades de ganado ovino o caprino y 500 unidades de ganado avícola.
25. Instalaciones para la transformación y conserva de productos agroalimentarios con producción superior a 750 Tm/año.
26. Plantas de tratamiento y eliminación de residuos industriales y en general de los caracterizados como tóxicos y peligrosos.
27. Plantas de tratamiento de residuos sólidos urbanos y asimilables a urbanos con capacidad igual o superior a 50 Tm/día.
28. Plantas de tratamiento de aguas residuales con capacidad igual o superior a 30.000 habitantes equivalentes/día.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- III Encuentro para el fomento y la potenciación de un modelo de inserción laboral en la Comunidad de Murcia "Taller de Autoempleo" impartido en la CROEM en 2004.
- Guía para emprender del "Proyecto Micro" puesto en marcha por el Ayuntamiento de Murcia.
- Guía de Motivación al autoempleo para mujeres del "Proyecto Meta" desarrollado por el ayuntamiento de Totana, dentro de la Iniciativa NOW.
- "Crear Empresa". Mil consejos para un emprendedor, de Javier Fernández Aguado.
- "El libro del Emprendedor". Cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe, de Luis Puchol