

CONSULTORA AMBIENTAL

Imagen, calidad y profesionales cualificados como fórmula de éxito

1. El negocio

La consultoría ambiental consiste en ofrecer soluciones de asesoría, capacitación y trámites relacionados con todos los asuntos en materia ambiental de una empresa u organismo. Entre estas se encuentra la realización de auditorías ambientales (ISO 14001) y de calidad (ISO 9001), gestión ambiental, evaluación de impactos ambientales, análisis de contaminación de agua, aire y suelo, asesoramiento legal en materia ambiental, diseño de programas de prevención, gestión y reducción de residuos, medición de ruido y vibraciones, gestión ecológico-territorial, análisis del ciclo de vida de productos y obras, asesoramiento y tramitación de ayudas y subvenciones para proyectos ambientales, etc.. Hay que distinguir entre consultoras técnicas, que disponen de recursos suficientes para acometer proyectos, y consultoras generales, que cumplen las labores propias de una asesoría jurídica en el campo ambiental.

En las últimas décadas ha aumentado la preocupación política y ciudadana respecto a los problemas ambientales, así como el interés de las empresas por el cada día más numeroso y complejo cumplimiento de la normativa ambiental (que a su vez es fuente de ventajas competitivas, al reducir el consumo de recursos y la generación de residuos y mejorar su imagen) y la implantación de sistemas de calidad y de protección del medio ambiente. Por ello, las empresas capaces de asesorar en esta normativa y aplicarla a la problemática concreta de cada cliente conforman un sector en continuo auge debido, sobre todo, al crecimiento de la demanda y a las escasas barreras de entrada. Según datos del INE, el número de empresas dedicadas a la consultoría ambiental se aproxima en España a las 2.000 compañías, siendo de pequeña dimensión en su mayor parte. Este sector se ven afectad por la marcha de la economía, ya que en épocas de crisis, el peor comportamiento de la obra privada y pública hace disminuir su facturación, que, por el contrario, puede aumentar debido al incremento de los requisitos ambientales de obligado cumplimiento. El tipo de clientes a los que se dirige una consultora ambiental está habitualmente compuesto por empresas (en su mayor parte del sector industrial, ya que genera mayores efectos contaminantes) e instituciones privadas, así como diversas administraciones públicas.

El futuro de estas empresas pasa la apuesta por la amplitud de una oferta de servicios (consultoría, formación, ingeniería, etc.) que se adapte a las necesidades de los clientes, la realización de presupuestos detallados, la respuesta rápida, las garantías de trabajo bien hecho, el ofrecimiento constante una buena imagen, el trato personalizado a los clientes, el ofrecimiento de un servicio de atención al cliente que resuelva dudas, conocer quejas y permita asumir posibles mejoras del negocio, la asociación y colaboración con la Asociación Española de Evaluación de Impacto ambiental (sinónimo de .garantía a los clientes), la adhesión al sistema comunitario de gestión y auditoría ambiental (como forma de asegurar la calidad de los servicios prestados), la implantación de un sistema de gestión de calidad (ISO 9001), el contar en todo momento con profesionales cualificados y debidamente formados, la implantación y gestión de una página web que permita informarse de servicios y presupuestos a los potenciales clientes, etc.



2. El local

Comprar o alquilar el local para una consultora ambiental es una decisión de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler.

Su ubicación no está condicionada por aspectos comerciales, por lo que es aceptable cualquier lugar cerca de los potenciales clientes, aunque es recomendable que la oficina elegida esté en una zona bien comunicada y no sea compleja de encontrar. La superficie mínima requerida por este negocio es de 90 m² que incluirán, entre otras, zona de recepción, despachos, aseos, laboratorio para realizar análisis, etc. El acondicionamiento del local, tanto externo (escaparate, rótulos, cierres, etc.) como interno (calefacción, aire acondicionado, instalación eléctrica, iluminación, etc.), se puede hacer desde 30.000 €, cifra que se reducirá si en el local ya se ha desarrollado esta actividad o una similar.

3. Equipamiento y plantilla

El equipamiento varía en función de los servicios ofertados y está compuesto por la decoración y el mobiliario de oficina (mesas, sillas, estanterías, armarios, etc.), el mobiliario y los útiles del laboratorio de laboratorio (microscopio, fregaderos, repisas, mesas, mecheros, termómetros, electrodos, pipetas, fotómetros, estufa, centrifugadoras, autoclaves, guantes, etc.), equipos informáticos, etc., rondando en total los 40.000 € de inversión. El stock inicial de material de oficina consumible en material puede llegar a los 500 €.

La plantilla mínima requerida para un negocio de este tipo estará compuesta al menos por cuatro personas, necesarias para poder atender las tareas comerciales, de recepción, de gerencia, administrativas, ingeniería y laboratorio. En función de los servicios que se ofrezcan y el incremento de la carga de trabajo será necesario contar con más plantilla. En este sector es necesario contar con profesionales cualificados en cada una de las áreas de la empresa, por lo que la formación tiene que ser continua y adecuada. Además, resulta indispensable una formación inicial en temas ambientales si se carece de ella.

4. La competencia

La composición de la competencia de una consultora ambiental está conformada por el conjunto de empresas similares situadas en la zona de influencia, además de todas aquellas que ofrezcan alguno o varios de los servicios propios de la actividad, como son las empresas y organismos públicos de gestión ambiental, grandes grupos empresariales que entre sus líneas de actividad cuentan con alguna empresa o división que realizan servicios ambientales, empresas que ofrecen servicios globales (incluyendo la asesoría y consultoría), etc. A pesar de ser un mercado consolidado y el incremento de la competencia de los últimos años, los expertos auguran un buen futuro si se cuidan aspectos como la imagen de marca y se apuesta por la fidelización a través de una adecuada atención a los clientes, una adaptación a las demandas de los mismos y una buena relación entre la calidad del servicio y su precio.

La estrategia competitiva más habitual por la que se suele apostar es la diferenciación a través de la innovación, una atención de cada cliente personalizada, un completo abanico de servicios, etc. Tanto la calidad que se ofrece como el respeto a los plazos de realización de los trabajos son esenciales a la hora de competir. Un buen objetivo de la empresa debe ser tratar de convertirse en un referente en la zona de influencia para este tipo de servicios. Otra alternativa es optar por la especialización, en función del tipo de público (empresas de un determinado sector, administración pública, etc.) o de los servicios que se ofrecen (gestión integral, consultoría, formación ambiental, ingeniería, etc.).

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** La consultora ambiental consigue unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer sus servicios más baratos.
- **Diferenciación.** La consultora ambiental oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (apuesta por la calidad, amplio abanico de servicios, una atención personalizada, innovación, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un tipo de servicio (gestión integral, consultoría, ingeniería, formación ambiental, etc.) o en un nicho de mercado concreto (particulares, empresas de un sector concreto, administración pública, etc.), de modo que la consultora ambiental puede atender al conjunto de potenciales clientes de forma más eficiente.

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Empresa que ofrece soluciones de asesoría, capacitación y trámites relacionados con asuntos en materia ambiental.
- **Sector:** Servicios.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta de obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 70.500 € se puede financiar se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y el stock inicial.
- **Personal mínimo:** Partiendo de cuatro personas, las suficientes para poder atender las tareas comerciales, de gerencia, recepción, administrativas, ingeniería y laboratorio.
- **Formación requerida:** Conocimientos de la profesión que desempeña cada empleado y formación actualizada y continua sobre temas ambientales.
- **Superficie:** Se puede montar una consultora ambiental en locales desde 90 m².

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
3. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se van a manejar datos de carácter personal.**
4. **Evaluación de Riesgos Laborales (al contratar trabajadores por cuenta ajena)**
5. **En materia laboral será de aplicación el Convenio Colectivo Nacional de Empresas de Ingeniería y Oficinas de Estudios Técnicos**