



Facultad de ciencias empresariales, ICADE

# **Plan de empresa: Consultextil**

Autor: Carlota Berjano Ruiz

Director: Raúl González Fabre

## **Resumen y palabras clave**

En este trabajo de fin de grado vamos a desarrollar un plan de empresa con el fin de crear una consultora estratégica para llevar a las empresas de moda y textil hacia un modelo de negocio más sostenible. En concreto, este trabajo se va a dedicar al estudio de la viabilidad financiera. Empezaremos haciendo un estudio de los *startups* en España: Qué son, sus características y su situación en el panorama español actual. Después, analizaremos el sector textil, sus problemas medioambientales y sociales y los avances que se han hecho en los últimos años. En tercer lugar, nos enfocaremos en el problema que quiere resolver nuestra empresa, la huella de carbono en el Alcance 3 de las empresas textiles. Explicaremos la idea de negocio, la misión, visión y valores de la empresa y realizaremos el *Business model Canvas*. Posteriormente se realizará el estudio de la viabilidad financiera de Consultextil. En este apartado haremos estimaciones de los posibles costes, ingresos y haremos predicciones de los flujos de caja a 5 años. Por último, analizaremos las posibles oportunidades de expansión de nuestras actividades y hablaremos de nuestros objetivos a futuro.

Palabras clave: *Startup*, Sostenibilidad, Huella de Carbono, Gases de efecto Invernadero (GEI), Moda, Textil, Alcance 3.

## **Abstract y key words**

In this final degree project, we are going to develop a business plan in order to create a strategic consulting firm to lead fashion and textile companies towards a more sustainable business model. Specifically, this project will be devoted to the study of financial viability. We will start by making a study of startups in Spain: what they are, their characteristics and their situation in the current Spanish panorama. Then, we will analyze the textile sector, its environmental and social problems and the advances that have been made in recent years. Thirdly, we will focus on the problem that our company wants to solve, the carbon footprint in Scope 3 of textile companies. We will explain the business idea, the mission, vision and values of the company and we will make the Business model Canvas. Subsequently, a study of the financial viability of Consultextil will be carried out. In this section we will make estimates of possible costs, revenues and we will make cash flow forecasts for 5 years. Finally, we will analyze the possible opportunities for expansion of our activities, and we will discuss our future objectives.

Keywords: Startup, Sustainability, Carbon Footprint, Greenhouse Gases (GHG), Fashion, Textile, Scope 3

## ÍNDICE

Resumen y palabras clave.....	2
Abstract y key words.....	2
Índice de gráficos y tablas.....	5
1. Introducción.....	6
1.1 Contextualización del tema.....	6
1.2 Objetivos del trabajo.....	6
1.3 Metodología y estructura.....	7
2. Marco teórico.....	8
2.1 Origen y características de los <i>startups</i> .....	8
2.2 Fases por las que pasa típicamente un <i>startup</i> .....	9
2.3 El mercado de los <i>startups</i> en España.....	10
2.4 El mercado de la moda y el textil.....	11
2.4.1 El sector de la alta costura.....	12
2.4.2 El concepto de fast fashion.....	13
2.4.3 Impacto medioambiental del sector moda y textil.....	14
2.4.4 Avances ético-sostenibles en el mercado.....	16
2.4.5 Agenda 2030.....	17
3. Puesta en práctica.....	18
3.1 Idea de negocio.....	18
3.1.1 Profundizando en la huella de carbono en las empresas textiles.....	18
3.1.2 Tipos de huella de carbono.....	19
3.1.3 Los alcances de la huella de carbono.....	20
3.1.4 Regulación de las emisiones.....	21
3.1.5 GHG Protocol.....	22
3.1.6 Fondos europeos.....	23
3.1.7 Nuestro Servicio.....	23
3.2 Misión, visión y valores.....	24
3.3 Canvas.....	25
4. Marco jurídico-social de la empresa.....	26
4.1 Nuevo marco regulatorio de los <i>startups</i> .....	26

5. Análisis Financiero.....	27
5.1 Estructura de costes.....	27
5.1.1 Necesidades financieras del primer año y fuentes de financiación.....	27
5.1.2 Sueldos y Salarios.....	30
5.1.3 Gastos derivados de la actividad empresarial.....	31
5.2 Estructura de ingresos.....	33
5.3 Viabilidad financiera.....	34
5.4 Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	38
6. Futuras líneas de investigación y objetivos de la empresa a futuro.....	40
7. Conclusión.....	40
Bibliografía.....	42
Anexos.....	50

## Índice de gráficos y tablas

Gráfico 1. Cambio en la temperatura en España. 1971-2021.....	18
Gráfico 1. Comparación de Ingresos.....	52
Gráfico 2. Comparación de flujos de caja.....	52
Tabla 1. Bienes Tangibles.....	27
Tabla 2. Bienes Intangibles.....	28
Tabla 3. Gastos de Arranque.....	28
Tabla 4. Necesidades de financiación.....	29
Tabla 5. Capital aportado por los socios.....	29
Tabla 6. Primer préstamo.....	30
Tabla 7. Salarios.....	30
Tabla 8. Gastos Operativos.....	31
Tabla 9. Gasto en Marketing.....	33
Tabla 10. Ingresos del Primer año.....	33
Tabla 11. Crecimiento en ventas.....	35
Tabla 12. Escenario 1.....	35
Tabla 13. Escenario 2.....	36
Tabla 14. Escenario 3.....	37
Tabla 15. Balance de Situación.....	38
Tabla 16. Cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	39
Tabla 17. Amortización y depreciación.....	50
Tabla 18. Cuadro de amortización del primer préstamo.....	50
Tabla 19. Seguridad social.....	50
Tabla 1. Gastos operativos mensuales.....	50
Tabla 2. RRHH: Escenario 2.....	51
Tabla 3. RRHH: Escenario 3.....	51
Tabla 4. Gastos operativos mensuales: Escenario 3.....	51

## 1. Introducción

### 1.1 Contextualización del tema

Hace unos años, en el entorno empresarial la tendencia predominante era la priorización de la creación de valor y el crecimiento económico, sin tener en cuenta el daño que se podía ocasionar a largo plazo. Dado el rumbo que tomaron las empresas, se provocaron grandes problemas medioambientales.

Hoy en día, la gente está más concienciada con la preservación del ecosistema y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Son muchas las organizaciones dedicadas a regular y dar soluciones a estos grandes problemas para iniciar una transición hacia un sistema sostenible. Las empresas están empezando a mostrar una gran predisposición a integrar preocupaciones sociales en sus actividades de producción.

No obstante, aún queda un largo camino por recorrer, según el artículo “los sectores más contaminantes del planeta y sus soluciones” de Martínez-Risco, J. M. (2021), la industria textil es la segunda más contaminante después de la energética. Es una necesidad imperiosa reconvertir el sector de la moda en empresas sostenibles con el mínimo impacto medioambiental, intentando llegar a emisiones 0, aunque hoy en día parezca una utopía. Para esto tendríamos que empezar por la concienciación de los propios empresarios y trabajadores de la industria. El fin es desarrollar un modo de trabajo para contribuir a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible (Agenda 2030) y los parámetros establecidos por el acuerdo de París.

### 1.2 Objetivos del trabajo

El sector textil es muy criticado precisamente por sus procesos altamente contaminantes y dañinos para el medio ambiente y por su falta de iniciativas ecológicas. Actualmente, existe una gran preocupación hacia el medio ambiente. El objetivo de este TFG es diseñar una consultora que ayude a llevar a las empresas del sector textil, tanto de lujo como las conocidas como empresas de *fast fashion*, hacia un modelo de negocio más sostenible y eficiente. Para ello, nos ajustamos los parámetros del acuerdo de París.

En “Consultextil” creemos que una transición hacia un modelo más *eco-friendly* no solo sería beneficiosa para el medio ambiente y su preservación. También beneficiaría a la empresa incrementando la eficiencia de sus procesos de fabricación y mejorando su imagen de cara al público.

### 1.3 Metodología y estructura

La metodología se va a basar en un análisis detallado de la empresa y el mercado. En el marco teórico, comenzaremos con un estudio del contexto y las características de los *startups*. Después, se hará un análisis de la industria del textil y sus tendencias de producción actuales. Posteriormente, se hablará del impacto medioambiental del sector y los avances sostenibles.

En el desarrollo práctico, estudiaremos la idea de negocio yendo desde los aspectos más generales como la misión, la visión y los valores de la empresa hasta los puntos más concretos del plan financiero. También, habrá un apartado dedicado a los aspectos de la ley de los *startups* relevantes a nuestra empresa. Mi trabajo será completado por Natalia Gisbert y Javier Arroyo que harán la parte estratégica y el plan financiero, desde otra perspectiva, respectivamente. El trabajo se realizó a través del concurso Comillas Emprende.

Para obtener la información se van a utilizar las bases de datos de *Google Scholars*, *Harvard Business Publishing* y la biblioteca académica de ICADE. También, se utilizarán artículos de periódicos encontrados vía *Google*.

## 2. Marco teórico

### 2.1 Origen y características de los *startups*

La Cámara de comercio de España (2020) define un *startup* como “una empresa de nueva creación o edad temprana que presenta grandes posibilidades de crecimiento y comercializa productos y servicios a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación”. El término se originó en los 50 en *Silicon Valley* (San Francisco, California). En España se denomina “empresa emergente”.

Este tipo de empresas, se basan en la innovación y la creatividad. En un mercado tan creciente y dinámico como el que nos encontramos hoy en día, es muy difícil triunfar si no se rompen esquemas. Solo aquellas ideas que gusten y cambien los hábitos de consumo del cliente conseguirán crecer y ser exitosas. Por esta razón, este tipo de empresa suele asociarse con la tecnología.

Los *startups* tratan de ajustarse a las necesidades del cliente, por medio del estudio de sus hábitos de consumo. De esta manera, tratan de buscar su “hueco” en el mercado, identificando una necesidad no cubierta total o parcialmente.

En el contexto actual, marcado por los avances tecnológicos y el uso de internet como herramienta diaria, se busca triunfar por medio de la digitalización de los procesos productivos, el Big Data, la Inteligencia Artificial... Por lo tanto, es de vital importancia ajustarse a estas nuevas condiciones tecnológicas.

Se busca un modelo de negocio escalable. Esto significa crecer rápidamente minimizando los costes para obtener beneficios cuanto antes. Es crucial para este modelo de negocio estimar las necesidades de financiación, producción, etc. y ajustarse a las mismas, produciendo de esta manera economías de escala. Por consiguiente, la inversión inicial no suele ser muy cuantiosa.

Además, se utilizan herramientas como el Producto Mínimo Viable (PMV) por el cual los emprendedores lanzan un prototipo con funcionalidades limitadas para testear si responde a las necesidades del cliente antes de hacer una gran inversión.

Sin embargo, no todo es tecnología, crecimiento y éxito. Estas empresas tienen un gran riesgo asociado. Es muy difícil captar a la perfección la necesidad de un cliente y por esta razón muchas de ellas fracasan en los primeros años.



## 2.2 Fases por las que pasa un *startup*

Según el artículo “Las fases o etapas de una *startup*” escrito por Santos, C. (2021) las etapas por las que pasa típicamente una empresa emergente serían las siguientes:

La primera sería la etapa pre-semilla (pre-seed). Es la fase estudio de las necesidades del consumidor y sus posibles problemas. También es relevante analizar a los competidores y las prácticas actuales del mercado. En esta fase es clave plantearse cuestiones como: ¿De verdad resuelvo la necesidad del posible cliente? ¿Qué puedo aportar yo que no tengan mis futuros competidores?

Luego tendríamos la etapa semilla (seed stage). Aquí es donde viene la validación del negocio, de la idea. En esta fase se decidirá si la hipótesis que se ha planteado es correcta o si, por el contrario, se debe desechar. También es el momento de empezar a buscar financiación, ya sea por medio de FFF (Friends, Family and Fools); ayudas del servicio público; inversores ángeles o por la participación en incubadoras.

La tercera sería la etapa temprana (early stage), en la que se empieza a operar en el mercado. En esta etapa cobra importancia el Producto Mínimo Viable (PMV). Se lanza una primera versión del producto y se estudia su viabilidad. Es el momento de recoger y analizar información para ver si el producto satisface la necesidad sin cubrir del cliente. Si no es así, es importante hacerle los ajustes necesarios. En esta fase se tiene que empezar a tantear los Crowdfunding o los fondos de capital de riesgo (Venture Capital) para conseguir la financiación necesaria para poder seguir con la actividad.

La siguiente sería la etapa de crecimiento (growth stage): si las fases anteriores han sido exitosas y la necesidad del mercado está cubierta, la empresa emergente se enfrentará a un proceso de crecimiento en términos de demanda, clientes y facturación. No obstante, esta fase es crítica puesto que hay que primar la rentabilidad cuando el negocio empieza a crecer. Es momento de seguir desarrollando el producto y solventar aquellos problemas o taras que pueda tener. Además, es clave seguir haciendo rondas de financiación. En esta fase cobra importancia la figura del Private Equity, fondos dedicados a la inversión en empresas con gran potencial.

Respecto de la fase de expansión (expansion stage). Es la etapa de consolidación del negocio. Ya se lleva un tiempo en el mercado y es el momento de buscar objetivos mas ambiciosos como puede ser la internacionalización o la búsqueda de otros sectores o mercados. Llegados a esta

fase suele ser crucial la comunicación con grandes empresas para hacer acuerdos y de esta forma conseguir financiación e infraestructura. En esta fase se empieza de hablar de scaleups, son empresas emergentes que han conseguido crecer más de un 20% en los últimos tres ejercicios.

La última fase sería la salida (exit), la cual no es obligatoria para los emprendedores. No obstante, es común que, transcurridos unos años, cuando la empresa ya se ha desarrollado lo suficiente, los socios decidan vender el startup. Se puede dar por medio de la adquisición por otra compañía, la salida a Bolsa o la venta a una entidad pública.

### **2.3 El mercado de los *startups* en España**

En un contexto mundial de crecimiento y desarrollo de los *startups*, España tiene un papel importante. El informe “Spanish Tech Ecosystem” escrito por Dealroom (2021) presenta un análisis completo de el panorama de las empresas emergentes en España del que extraemos los siguientes puntos:

El valor total de los *startups* españoles se ha quintuplicado en los últimos años, creciendo desde 10 mil millones de euros en el 2015 hasta 46 mil millones en el primer semestre de 2021. Ciudades como Madrid o Barcelona están considerados como centros de inversión en *startups* representando entre las dos casi un 72% del valor total de nuestro país.

En el contexto europeo, Barcelona ocupa el octavo y Madrid el undécimo puesto de las ciudades con mayor valor total en *startups*. Además, en términos de crecimiento, España es el segundo (después de Suecia) de los países europeos cuyo capital recibido está aumentando a un ritmo más rápido en los últimos años.

Incluso teniendo en cuenta la situación de pandemia mundial que ha marcado el 2020 y el 2021, la cual ha mermado o, incluso, detenido toda clase de inversión o crecimiento, el desarrollo del sector ha sido notable. La inversión en capital de riesgo (*Venture capital*) ha crecido 3,8 veces en el 2021 (Datos obtenidos en el primer semestre de 2021). Se ha invertido más en la primera mitad del 2021 (1,9 mil millones de euros) que el total en el 2020 (1,1 mil millones de euros). De hecho, según el artículo “Spain: International Venture Capital Broke Records in 2021” publicado por Capital Madrid (2022) el 2021 ha sido el mejor año registrado para este tipo de inversión. Asimismo, la inversión extranjera ascendió a 1.500 millones de euros, un 248% más que en 2020.

Las posibilidades de crecimiento de este tipo de empresa en nuestro país son amplias. El 85% de la inversión en *startups* españoles en 2020 vino de dentro de Europa, por lo que todavía se podría crecer más a nivel internacional. Hasta aquí los datos obtenidos de Dealroom (2021)

Además, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en su último informe sobre las PYMEs y el emprendimiento (2021), calificó a España como el país con menos trabas a la constitución de una empresa.

Sin embargo, España cuenta con muy pocos unicornios (*Startups* que logran una valoración de mil millones de euros sin haber salido a Bolsa) en comparación a otros países. En la lista “The Complete List of Unicorn Companies” elaborada por CBinsights (2021) de 1037 en total, solo hay 3 españolas. Estas empresas, por orden de valoración, son: Job and Talent, Cabify y Travel Perk.

En el contexto actual, es muy importante operar online. Según el dossier de la PYMES elaborado por el gobierno de España (2019), el 75% de las PYMES hace uso de páginas web (la media europea es del 77%). No obstante, solo el 15% de las páginas webs ofrecían servicio de compra en línea. Adicionalmente, el 51% de las PYMES hicieron uso redes sociales, y solo el 14% las usaron con el fin de reclutar nuevo personal.

#### **2.4 El mercado de la moda y el textil**

Si bien es cierto que el sector terciario es el más importante en nuestro país, la industria textil se ha hecho un hueco considerable en la economía española. Según el “Informe económico de la moda en España”, escrito por Moda.es (2021), este sector representó un 2,8% del PIB en 2019. Además, las ventas de ese año llegaron a 26.000 millones de euros.

Sin embargo, el sector textil ha sido uno de los más castigados a causa de la pandemia. Pese al aumento en el comercio online, según el estudio “Fashion’s Digital Transformation: Now or Never” elaborado por *McKinsey* (2021) el confinamiento se llevó por delante un 30% de las ventas. Las empresas de este sector comenzaron el año 2021 con un 25% de su inventario sin vender y se esperaba que, en el mejor de los casos, las pérdidas fueran de un 5%.

Si algo bueno puede sacarse de esta situación, según el informe de moda.es (2021) mencionado previamente, es que impulsó el desarrollo del Ecommerce representando un 19,4% del total de las ventas. El textil acabó el año siendo el sector español con mayor peso en ventas online, con un 8,4% del total.

También, se ha avanzado en el proceso de venta. El comercio online facilita el uso de la inteligencia artificial y el estudio de datos para una mejor experiencia de compra y una oferta más ajustada a las preferencias de los consumidores.

Actualmente, nos encontramos en un proceso de desarrollo de la tecnología en la industria, no solo por medio del Ecommerce, sino también con avances como los tejidos inteligentes, que se adaptan al consumidor. Pueden ser anti-gérmenes, con filtros UV, biodegradables, etc.

Incluso, se está avanzando en el desarrollo de nuevas materias primas y materiales artificiales que nos brindan una mayor flexibilidad y resistencia de las prendas. En el campo del Internet de las cosas o IoT (Internet of Things) se están estudiando las llamadas “prendas inteligentes”. Estas podrán mejorar, por ejemplo, los trajes de los médicos y ser un instrumento más de ayuda al paciente en vez de ser una mera tela.

En el proceso de producción, las cadenas de fabricación podrían verse sometidas a una transformación digital que permita realizar un seguimiento en tiempo real del proceso. Dicha digitalización puede traer beneficios significativos como la identificación de cuellos de botella o la capacidad de reaccionar rápidamente a una posible incidencia.

Otro avance podría ser la impresión 3D de ropa. Es un modelo de producción todavía poco desarrollado. Sin embargo, se ha empezado a utilizar para fabricar suelas de zapatillas, gafas y partes de la maquinaria necesaria para la fabricación.

#### **2.4.1 El sector de la alta costura**

Cuando pensamos en el sector del lujo, lo primero que se nos viene a la cabeza son diseñadores franceses como Coco Chanel, Louis Vuitton, Hermes, etc. Sin embargo, España tiene también su hueco en este mercado. Hay grandes personalidades en el sector como Balenciaga, Manolo Blahnik o Pertegaz.

Este sector se caracteriza por su exclusividad y ostentación, no se repara en costes cuando se diseña. Por lo tanto, está al alcance de pocos bolsillos. Lo que prima es la originalidad y los diseños que provoquen una reacción en su público.

En cuanto a su modelo de producción, en la alta costura se buscan las mejores calidades para crear prendas o accesorios duraderos. Además, los grandes diseñadores tratan de producir de la

manera más artesanal posible. De hecho, son muy criticados por el uso de pieles animales. Sin embargo, hay quién ve estos productos como una inversión, puesto que algunos de ellos se revalorizan con el tiempo.

La complicidad del proceso de diseño, fabricación y el coste asociado a llevar sus diseños a las pasarelas hacen que no se genere suficiente como para mantener el negocio de marcas como Dior o Chanel. Por consiguiente, las firmas de alta costura tienen que buscar otras fuentes de ingresos. Esta suele ser la creación de líneas de maquillaje o perfumes. Pese a que no son baratas, son asequibles a un público mucho más amplio. Estos productos generan amplios márgenes ya que no son costosos de producir. Además, es fácil que tengan éxito por la reputación que tienen estas marcas. En otras palabras, una persona que ve un bote de colonia en el que pone “Chanel nº5” y tiene un precio asumible, probablemente lo compre solo por la percepción que tiene de la marca.

Actualmente, el sector de la alta costura no está viviendo su mejor momento. Se debe al auge del *fast fashion* (explicado en el siguiente apartado) y a un cambio en la mentalidad de la población joven. La generación Z no se preocupa tanto por tener artículos de lujo en sus armarios, puesto que ya no se ve como un signo de estatus social. Según la revista Red 17 en el artículo “Las 10 marcas de lujo de moda entre millennials y la generación Z” (2021) el 70% de los jóvenes de 13 a 35 años no asocian el lujo a algo material, sino a una manera de sentir.

Además, en los conocidos *thrift shops* o tiendas de segunda mano, podemos encontrar artículos de grandes marcas, en perfecto (o casi perfecto) estado y a precios mucho más asequibles.

#### **2.4.2 El concepto de *Fast fashion*.**

El *fast fashion* se refiere a una nueva tendencia de producción de la industria de la moda. Esta se basa en grandes volúmenes de producción que respondan a las tendencias del momento o a gustos del cliente. Esto les permite a las marcas tener una amplia oferta, adaptada a todo tipo de consumidor y abaratar costes de producción.

Otra característica fundamental es la rotación de los productos de estas empresas. Estos aguantan en los escaparates e inventarios lo que dure dicha tendencia o moda por lo que se fomenta el consumo compulsivo. Según el artículo “Fast fashion: los pros y contras de la moda rápida” del San Anastasio International School (2021), en la actualidad se producen en torno a 52 micro colecciones anuales y las prendas se usan de media 7 veces antes de desecharlas.

Esta tendencia, conocida por ser el modelo de negocio de grandes marcas como Inditex, H&M o Mango, es muy controversial. Para mantener su volumen de producción, las marcas tienden a deslocalizarse a países donde las regulaciones permiten más horas de trabajo y a un coste menor.

Otra razón que alimenta la mala fama que tiene este método de producción es que, con el objetivo de reducir costes, se utilizan materiales baratos y de baja calidad, lo cual disminuye considerablemente el ciclo de vida útil de la prenda en nuestros armarios.

Por último, son criticadas por su falta de originalidad. El proceso de creación de una prenda desde cero es costoso e implica tiempo y esfuerzo. Esto provoca que muchas de estas marcas basen sus colecciones en aquellas de grandes diseñadores y marcas de lujo. Por lo tanto, nos podemos encontrar con patrones muy parecidos a los de las grandes pasarelas a un precio mucho más asequible.

En España, el crecimiento del *fast fashion* se dio principalmente por la creación de macro tiendas en lugares muy concurridos de las ciudades. Ahora, las marcas que utilizan este modelo de producción luchan por tener los mejores *spots* de las ciudades para instalar tiendas gigantescas. Puede resultar chocante puesto que estas empresas invierten cantidades inmensas de dinero en poner sus tiendas para luego vender prendas “low cost”. Sin embargo, esto les da visibilidad y garantías a las marcas. Debido a la situación de estas en centros urbanos, en tiempos de crisis, sus edificaciones no pierden valor.

### **2.4.3 Impacto medioambiental y social del sector moda y textil**

El informe “El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente” publicado por la Unión Europea (2020) presenta un análisis completo del impacto medioambiental de la industria de la moda y el textil del que extraemos los siguientes puntos:

En cuanto a la huella de carbono, a nivel mundial, la industria es responsable de más contaminación que los vuelos internacionales y el transporte marítimo juntos. Representa un 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Debido al fenómeno *fast fashion* y todo lo que conlleva, la ropa comprada por un europeo asciende a 26 kg de media al año, un 40% más que en 1996. Además, se desechan 11Kg al año per cápita. Lo más preocupante es que el 87% de la ropa de la que nos deshacemos, se incinera o acaba en vertederos en vez de ser donada a gente que la necesita o reciclada.

La industria textil, por sus tintes y demás productos químicos, representa un 20% del agua potable contaminada internacionalmente. Además, el agua dulce que se necesita para crear una sola camiseta de algodón (2.700 litros) es equivalente a lo que bebe una persona, de media, en dos años y medio. Asimismo, cada prenda de ropa sintética que lavamos supone la liberación de 700.000 microfibras a los océanos. Hasta aquí los datos extraídos del informe publicado por la Unión Europea (2020).

Según la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) (2019), las plantaciones de algodón representan un 2,5% de la tierra cultivada a nivel global, para las cuales se utiliza el 25% del total de los pesticidas usados en el mundo.

Además, la ropa que compramos no solo es perjudicial para el medioambiente, sino que también lo es para nuestra salud. Las prendas que usamos cada día tienen sustancias químicas que dañan nuestro PH. Según el estudio de la “Campaña Détox” de Greenpeace (2012) el 63% de la ropa testada contenía sustancias peligrosas e identificó 11 productos tóxicos usados comúnmente en la producción de ropa de conocidas marcas. Un ejemplo pueden ser los Ftalatos, que pueden perjudicar a nuestro sistema reproductivo y hormonal. Lo podemos encontrar en bodis de Bebés y en el estampado de camisetas y pijamas.

Por lo que concierne a las condiciones laborales, las grandes marcas tienden a deslocalizar sus actividades a países en vías de desarrollo. En estos lugares, las regulaciones son más laxas en cuanto a horas de trabajo, salarios y condiciones de seguridad.

Estas empresas presumen de pagar, al menos, el salario mínimo. Sin embargo, en la gran mayoría de los países en desarrollo, no es suficiente para sostener la vida de los trabajadores y sus familias. Hay una gran diferencia entre el salario mínimo y el salario digno (lo mínimo que necesita una familia para cubrir sus necesidades básicas). Según el informe “Salarios dignos 2019” de la organización *Clean Clothes* (2019), en Indonesia, la brecha entre estos dos es del 43%. Adicionalmente, trabajan 96 horas a la semana, los 7 días de la semana y las horas extra no son remuneradas.

Todo esto sin tener en cuenta la insalubridad de sus lugares de trabajo. Se provoca por la exposición de estos trabajadores a sustancias químicas, los gases producidos por la quema de materiales plásticos y la falta de limpieza y desinfección de estos lugares.

#### 2.4.4 Avances ético-sostenibles en el mercado

Para hablar de los avances hacia la sostenibilidad del mercado es clave mencionar la Ecoeficiencia. Se trata de la práctica por la cual las empresas de un determinado sector procuran ser sostenibles en todas sus actividades y, al mismo tiempo, tratan de crecer.

En el marco europeo, según “La directiva sobre los residuos” aprobada por el Parlamento Europeo (2018), los estados miembros tendrán que recoger los textiles de manera separada antes de 2025. Apoyan, al mismo tiempo, la economía circular y promueven la fabricación de productos sostenibles. Además, en la Unión Europea existe una etiqueta ecológica que se le concede a aquellos fabricantes que respeten una serie de parámetros establecidos.

El 5 de enero del 2022, la Unión Europea publicó su “Agenda estratégica para los textiles sostenibles comunitarios”. El fin es convertir a la comunidad política en una economía neutral (medioambientalmente hablando) y promover la economía circular al mismo tiempo que se busca un aumento en la productividad y competitividad del sector. Esta incluye la fijación de objetivos concretos de reciclaje, mejoras en los aprovisionamientos de materiales, mejora de los procesos de producción sostenibles y eliminación de sustancias tóxicas.

A nivel español, se apuesta también por la economía circular. Se creó la iniciativa “España circular 2030” (2020). En ella se marcaron objetivos los cuales, a través de planes trienales, según el artículo “El gobierno aprueba la estrategia española de economía circular para reducir la generación de residuos y mejorar la eficiencia en el uso de recursos” del gobierno de España (2020), “reducirán en un 30% el consumo de materiales, mejorará un 10% la eficiencia en el uso de agua y reducirá un 15% la generación de residuos respecto a 2010”.

En el sector privado, son muchas las empresas y organizaciones que abogan por un modelo de negocio sostenible. Un ejemplo de esto es *Fashionrevolution.org*, una organización dedicada a impulsar una cadena de producción más ecológica y socialmente responsable entre las empresas de moda. Esta organización nació a raíz del desplome del *Rana Plaza* en 2013, un edificio en Bangladesh que albergaba fábricas que trabajaban para empresas textiles internacionales. Desde ese momento, tratan de buscar mejores condiciones de trabajo y lograr la transición a un modelo más sostenible. Lo hacen por medio de eventos, contenido en redes sociales, estudios, conferencias, etc.



También se unen a la transición hacia negocios sostenibles grandes marcas conocidas por utilizar el modelo de producción del *fast fashion*. La marca H&M ha desarrollado un proyecto llamado “Take Care” por el cual pretende que todos los materiales que se utilizan sean reciclados y sostenibles.

No obstante, no es la primera estrategia sostenible de la marca que, como muchos de sus grandes competidores como Zara o Mango, hace años dan bonos descuento a sus clientes a cambio de bolsas de ropa usada. Después, las reutilizan como materia prima o para ser vendidas como prendas de segunda mano a un precio más asequible para la gente que no se puede permitir comprarlas a su precio normal.

A nivel nacional, están surgiendo *Startups* Ecoeficientes, como es el caso de Ecoalf, la empresa española nació en 2009 con un compromiso de respeto al medioambiente. Es una de las precursoras de un nuevo movimiento conocido como el *slow fashion*. Además, de ser una marca sostenible casi al 100%, también dedica mucho tiempo y esfuerzo a otras iniciativas. Un ejemplo puede ser la formación de las generaciones futuras. Hacen charlas educativas en colegios, universidades, foros y cumbres. Además, donan parte de sus beneficios a causas como “Because there is no Planet B” dedicada a la recogida de basura en el mar.

#### 2.4.5 Agenda 2030

“La Agenda 2030” de la ONU (2015) es un acuerdo que fue firmado por los jefes de estado de las Naciones Unidas para cumplir 17 objetivos de desarrollo sostenible. Las tres principales bases sobre las que se fundamentan estos objetivos son: la igualdad entre todas las personas, la protección del medio ambiente y la prosperidad. El lema del acuerdo es “No dejar a nadie atrás”.

Los objetivos relacionados con nuestro negocio serían los siguientes:

- Energía asequible y no contaminante. (7)
- Industria, innovación e infraestructura. (9)
- Producción y consumo responsables. (12)
- Acción por el clima. (13)
- Vida de ecosistemas terrestres. (15)
- Alianzas para lograr los objetivos. (17)

Hemos decidido centrarnos en estos objetivos ya que creemos que podemos aportar mucho a través de nuestras ideas y actividades productivas. La energía (7) es una de las fuentes de mayor

contaminación de carbono. La industria (9) en la que pretendemos centrarnos es la textil, innovando para mejorarla, haciéndola más eficiente y sostenible (12). Además, al enfocarnos en la huella de carbono, vamos a evitar grandes daños en los ecosistemas terrestres (15) y a reducir el cambio climático (el calentamiento global) (13).

Por último, trataremos de buscar alianzas (17) para lograr nuestros objetivos. Desde el punto de vista de Consultextil el objetivo 17 es la base de todos los ODS y, por tanto, el más importante. La colaboración entre las partes involucradas es clave para conseguir los demás objetivos. La cooperación no solo viene de las empresas con nuestra consultora, sino de los consumidores, los proveedores de materias primas, los gobiernos, las organizaciones medioambientales... Si actuamos todos juntos, es posible convertir la moda en un sector respetuoso con el medio ambiente.

### **3. Puesta en práctica**

#### **3.1 Idea de Negocio**

En este apartado se van a tratar todos los aspectos relevantes a nuestro servicio. Primero, profundizaremos en el problema medioambiental que queremos afrontar. Después, nos centraremos en las regulaciones y acuerdos a nivel gubernamental relativos a la huella de carbono. Tercero, estudiaremos el método de cálculo para contabilizar las emisiones y, por último, daremos explicación de la idea de negocio en sí misma.

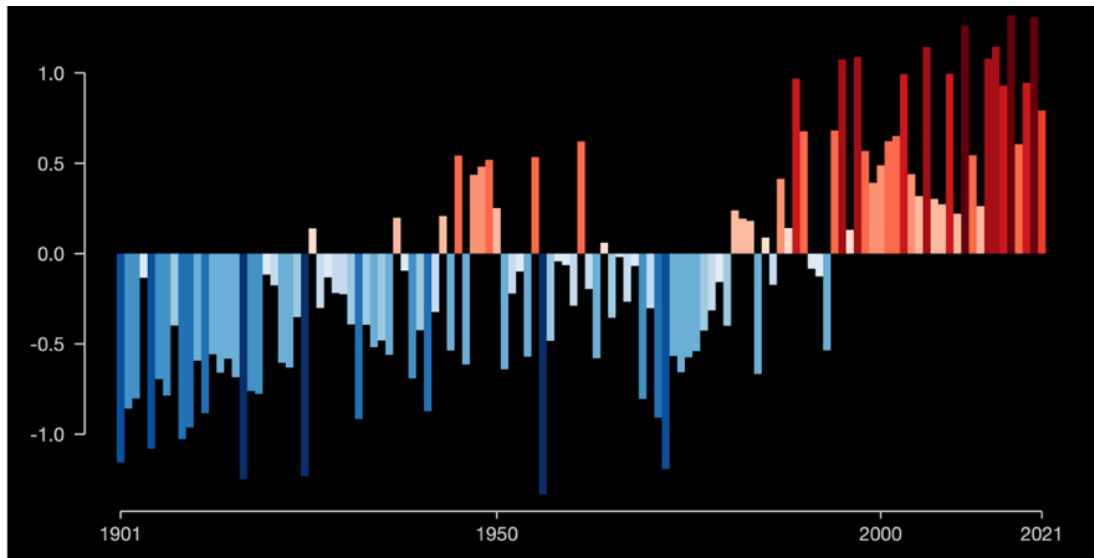
##### **3.1.1 Profundizando en la huella de carbono de las empresas textiles.**

Pese a que la idea es mejorar la gestión sostenible de los recursos en la cadena de valor, en Consultextil hemos decidido centrar nuestra acción medioambiental en la huella de carbono. La razón es que, como se dice comúnmente, “el que mucho abarca, poco aprieta”. Sería imposible para un *startup* intentar cubrir todo el ciclo de producción de una empresa textil. No obstante, pretendemos ampliar nuestra oferta de servicios hacia otro tipo de estrategias sostenibles en el futuro.

Según el informe “¿Qué es la huella de carbono y por qué es vital reducirla para frenar el cambio climático?” de Iberdrola (2019), La huella de carbono se define como el conjunto de emisiones de gases de efecto invernadero producidas por las actividades de los humanos. El compuesto emitido más abundante es el dióxido de carbono, pero no es el único. También se producen toneladas de gases como el metano, óxido de nitrógeno, etc.

Como se ha mencionado previamente, según El informe “El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente” publicado por la Unión Europea (2020), el 10% de las emisiones de gas de efecto invernadero a nivel mundial provienen del sector textil. En el caso de España el calentamiento global es un problema importante. En el siguiente gráfico podemos ver los cambios en la temperatura desde el 1901 hasta el momento:

*Gráfico 3. Cambio en la temperatura en España. 1971-2021.*



Fuente: “Show your Stripes”, Institute for Environmental Analytics (2021)

Cabe destacar el aumento de la temperatura relativa a la media de 1971-2000 desde los 90. Hace más de 20 años que la temperatura no disminuye respecto de la media. A largo plazo, este aumento en temperaturas tendrá graves consecuencias, tanto para el planeta como para nuestra salud. Esta tendencia tiene que cambiar a través de un nuevo modelo de industria más ecológico y de iniciativas individuales.

### 3.1.2 Tipos de huella de carbono

Es importante saber los tipos de huella de carbono para saber en cuáles de ellos podríamos incidir. Según el informe mencionado previamente “¿Qué es la huella de carbono y por qué es vital reducirla para frenar el cambio climático?” de Iberdrola (2019) los tres tipos de huella serían los siguientes:

Primero, la huella de carbono personal. Las emisiones que producimos los seres humanos en nuestra vida cotidiana. Según el informe “Calculate your Carbon Footprint” de la ONG The Nature Conservancy. (2019), cada individuo genera, de media, alrededor de 4 toneladas de CO<sub>2</sub> al año.

Este impacto lo generamos a través de actividades cotidianas como encender la luz, alimentarse o desplazarse de un sitio a otro.

En segundo lugar, tenemos la huella de las empresas. Durante los procesos de producción y distribución, las empresas generan grandes emisiones de carbono. Según el artículo “La huella de carbono en el sector textil” de Alberto Benavides (2021), la industria textil produce en torno a 1200 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> eq al año.

Por último, la huella de carbono del producto. Esta se produce durante la obtención y el procesado de las materias primas. Posteriormente, se da a partir del proceso de producción y distribución del producto y, finalmente, mediante el consumo y la disposición de los residuos del bien.

Todos los tipos mencionados anteriormente son aplicables al entorno empresarial. En nuestra consultora, tocaremos los tres ámbitos, puesto que todos son relevantes para la reducción de la huella de carbono en la industria textil.

### **3.1.3 Los alcances de la huella de carbono**

Según el artículo “Qué es la huella de carbono de organización y sus alcances – Entendiendo la huella de carbono (parte III)” de Andrés, PB (2019), hay tres alcances principales en la emisión de GEI en las empresas:

Alcance 1: las emisiones directas de GEI que se producen en propiedades o lugares controlados por la empresa. Proviene de la actividad de producción. La combustión de los vehículos, los hornos y demás maquinaria producen son responsables de altas cantidades de carbono.

Alcance 2: emisiones provocadas por la compra y utilización de recursos energéticos utilizados para los procesos productivos. Se producen en la planta en la que se genera la electricidad.

Alcance 3: el carbono que se produce fuera de sus propiedades y, aún así, afecta a las actividades de la empresa. Por ejemplo: la obtención y el procesado de las materias primas; el uso de los productos; la transformación en residuos, etc.

En nuestra consultora creemos que centrarnos en el Alcance 3 podría representar una gran oportunidad de negocio. Las empresas suelen preocuparse más por los otros dos a la hora de

implementar medidas para la reducción de su huella de carbono. Por lo tanto, es el menos controlado y podemos aportar mucho en ese ámbito.

#### **3.1.4 Regulación de las emisiones**

En este apartado se tratarán las regulaciones y acuerdos más importantes relativos a la huella de carbono.

Acuerdo de París: según “El Acuerdo de París | CMNUCC” de la ONU (2015), es un pacto por el cual varios países de las Naciones Unidas se comprometieron a seguir una serie de medidas de “mitigación, adaptación y resiliencia”. Su objetivo fundamental es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para evitar que la temperatura media mundial supere los 2 grados centígrados respecto de los niveles previos a la industrialización. Además, promueve que los gobiernos hagan esfuerzos para implementar medidas que logren limitar el calentamiento global a 1,5 grados.

Cada cinco años, los países comprometidos, tendrían que reportar sus avances en los objetivos e implementar nuevas medidas. Todo esto se haría teniendo que esta transformación será mucho más lenta en el caso de los países en desarrollo.

En resumen, el acuerdo sirvió como base para los avances en modelos de desarrollo sostenibles y bajos en emisiones.

The European Green Deal: según el informe “Un pacto verde europeo” de la Comisión Europea (2019) este pacto creó una serie de medidas para “adaptar las políticas de la UE en materia de clima, energía, transporte y fiscalidad con el fin de reducir las emisiones netas de gases de efecto invernadero en al menos un 55 % de aquí a 2030, en comparación con los niveles de 1990”

Sus principales beneficios serían: “aire fresco, agua limpia, suelo sano y biodiversidad; edificios renovados y energéticamente eficientes; alimentos sanos y asequibles; más transporte público; energía más limpia e innovación tecnológica limpia de vanguardia; productos más duraderos que pueden ser reparados, reciclados y reutilizados; puestos de trabajo preparados para el futuro y formación para la transición y industria competitiva y resistente a nivel mundial”.

Ley de cambio climático y transición energética: Según el real decreto “7/2021” del Gobierno de España (2021), se creó para promover la reducción de la huella de carbono de acuerdo con los parámetros establecidos por el Acuerdo de París. Además, promueve la transformación de la

economía española en un sistema circular. A través de esta ley, el gobierno pretende establecer unos objetivos mínimos de descarbonización, eficiencia energética y energías verdes (renovables). Se establecen dos horizontes temporales, 2030 y 2050.

Según el artículo “Cómo cumplir con la Ley de cambio climático” escrito por José Magro (2021), los objetivos principales serían: reducir la huella de carbono un 23% respecto del año 1990, lograr un 43% de penetración de las energías renovables, producir el 74% de la electricidad a partir de energías limpias y disminuir el consumo de energías primarias en un 39,5%. Lo más relevante para nuestra empresa, es que esta ley obliga a todas las empresas a calcular su huella e incide en la importancia de su reducción.

### **3.1.5 GHG Protocol**

El GHG Protocol (Green House Gas Protocol) nació en 1998 (GHG Protocol, 2022). Fue creado por el World Resources Institute (WRI) y el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Es una herramienta voluntaria para las empresas que sirve para medir el impacto mediante el cálculo de las emisiones de Carbono. Su misión es estandarizar los métodos de cálculo de la huella de carbono para mejorar su gestión y reducción.

Esta herramienta nos permite contabilizar las emisiones directas e indirectas de las empresas. El objetivo es conseguir que las empresas puedan inventariar su impacto y disminuir su coste. También, contribuyen a la difusión de las políticas vigentes de GEI, ya sean obligatorias o voluntarias. Por último, pretenden dar soluciones y medidas para la reducción de este tipo de emisiones. En la actualidad, grandes compañías del sector como Inditex o Mango ya utilizan el GHG Protocol en sus operaciones diarias de contabilidad.

El GHG Protocol en el alcance 3 nos proporciona una serie de normas para la contabilización de las emisiones en base a 15 categorías. Entre ellas se encuentran: la distribución, los viajes de trabajo de los empleados, las franquicias, las materias primas...

Hemos decidido usar esta herramienta para el cálculo de las emisiones de las empresas que contraten nuestro servicio debido a su alcance internacional. Además, es el único método aceptado internacionalmente para el Alcance 3 de la cadena de producción de las empresas.

### **3.1.6 Fondos europeos**

Los fondos europeos son unas ayudas y subvenciones dedicadas a financiar proyectos de carácter innovador y/o sostenible que potencien el empleo. Se pueden dividir en fondos estructurales y

de Inversión Europeos (EIE). Según el informe “Fondos de la Unión Europea” del Ministerio de Hacienda (2022) los fondos se centran en los siguientes ámbitos: “Investigación e innovación, tecnologías digitales, economía hipocarbónica (baja en carbono), gestión sostenible de los recursos naturales y pequeñas empresas”.

En el año 2020, se creó el fondo de Recuperación y Resiliencia con el objetivo de ayudar al saneamiento de la economía tras la pandemia y comenzar la transición hacia un sistema más verde. El proyecto por el cual se dota de capital a las empresas se llama “*Next Generation EU2*”. Según el informe “Fondo de recuperación Next Generation EU” de PriceWaterhouseCoopers (PwC) (2022) el proyecto ha dotado a España de 72.000M€ en subvenciones y 67.300M€ en préstamos.

Lo relevante para nuestra empresa es que buscan invertir en empresas que luchen por lograr emisiones cero en el 2050. Por lo tanto, nuestra consultora podría ponerse en contacto con la oficina de gestión de los fondos europeos en España para acceder a estos préstamos. A través de ellos, no solo podríamos buscar financiación para nuestra actividad, sino para las empresas textiles que contraten nuestros servicios de descarbonización también. Esto incentivaría a nuestros clientes a comenzar una transición a un modelo de producción que no contribuya al calentamiento global. Si tienen acceso a estos fondos, nuestros clientes no tendrán que hacer una gran inversión para mejorar sus actividades en el alcance 3.

### **3.1.7 Nuestro Servicio**

Tras el análisis completo del problema que queremos solucionar, las emisiones de carbono en el alcance tres, llegamos a la idea.

Consultextil se va a dedicar a proveer de servicios de consultoría a empresas del sector textil españolas como: Brownie, Nicoli, Gocco... Empresas que tienen una posición consolidada en el mercado español, pero no llegan al nivel de Inditex o Mango.

El servicio va a ser el siguiente: calcular la huella de carbono del alcance tres de estas empresas y, posteriormente, darles alternativas y soluciones para su reducción.

Se trataría de acuerdos a largo plazo en los que la empresa textil nos contrata para llevar la contabilidad y un control de sus emisiones en el Alcance 3. Posteriormente, implementaremos medidas de reducción o compensación de la huella de carbono. Estas medidas serían de

obligatorio cumplimiento para proveedores y distribuidores. Si estos no quieren implementar estas regulaciones en sus actividades, también podríamos ayudar a la empresa a buscar otros participantes del alcance 3 que sí estén dispuestos a ello.

Somos conscientes de que es difícil que una empresa quiera hacer una gran inversión para la descarbonización de sus actividades. No obstante, son muchas las marcas de moda que ya incluyen este tipo de acciones sociales en sus actividades de producción y cada vez son más eficientes. A nivel estatal, tratados como el acuerdo de París, El pacto verde europeo y la ley de cambio climático y transición energética, ponen de manifiesto la preocupación de los gobiernos por las economías sostenibles. Incluso, la Unión Europea se ha sumado al cambio por medio de préstamos y subvenciones a proyectos de desarrollo sostenible.

En conclusión, se ha creado un movimiento verde con mucho poder que está cambiando el sistema textil, entre otros. Además, la preocupación por el medioambiente de las personas está aumentando, cada vez son más personas las que buscan alternativas que sean más sostenibles a la hora de consumir productos y servicios.

Por ende, algunos procesos de producción van a quedar obsoletos en cuestión de pocos años. Si las empresas de moda no hacen esfuerzos por ajustarse a las nuevas condiciones, se van a quedar atrás.

### **3.2 Misión, visión y valores**

En la firma Consultextil, hemos definido de manera conjunta y oficial la misión, visión y valores de nuestra empresa:

Misión: "Mejorar la gestión sostenible de la cadena de valor de la industria de la moda a través de estrategias socialmente responsables y ecoeficientes. Aportamos a las empresas soluciones integrales para una gestión más eficiente de los recursos naturales, además de fomentar tanto la creación de valor como el crecimiento económico."

Visión "Creemos en el cambio hacia un mundo más sostenible desde las actividades más básicas de la industria textil. Sostenemos que el beneficio social y económico pueden ir de la mano creando valor de una forma responsable."

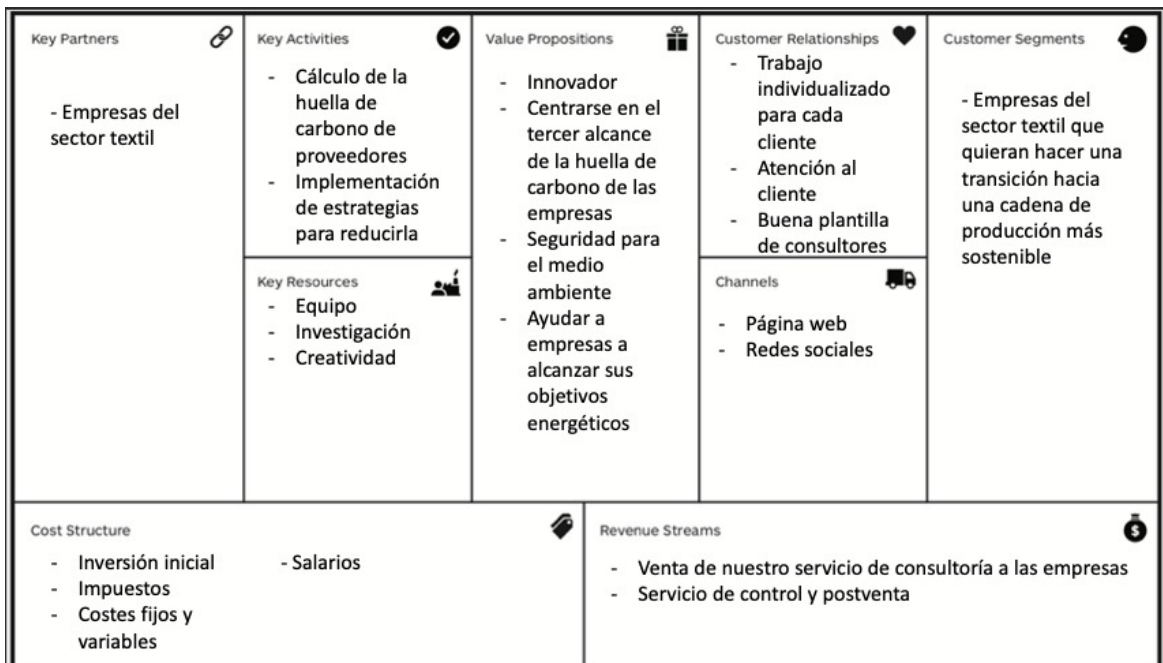


Valores: “El trabajo, la pasión y la dedicación en todo lo que hacemos para construir un mundo mejor.

- Honestidad y transparencia en todas nuestras actividades actuando siempre desde el respeto, tanto hacia las personas como hacia el entorno.
- Trabajo en equipo. Pretendemos fundar una comunidad que crea firmemente en lo que hacemos y trabaje unida para la consecución de nuestros objetivos.
- Aprendizaje: continua formación de nuestros trabajadores, para que podamos progresar en nuestras estrategias de negocio.
- Flexibilidad. En la sociedad cambiante en la que vivimos, creemos que es realmente importante ser capaces de adaptarnos a las condiciones y desarrollarnos al ritmo de nuestros clientes.
- Innovación ya que en el ámbito de los *startups* el desarrollo tecnológico y la digitalización de los procesos es clave. Por ello fomentaremos la generación constante de ideas, así como la creatividad”

### 3.3 Canvas

En este apartado haremos un estudio detallado del Business Canvas Model de la empresa. En la siguiente imagen podemos ver el Canvas oficial y común a toda la empresa.



#### 4. Marco jurídico-social de la empresa

##### 4.1 Nuevo marco regulatorio de los *startups*

El 10 de diciembre del 2021 se aprobó una nueva proyecto de ley de los *startups* para favorecer el emprendimiento y la inversión. Esta ley pretende darle un marco regulatorio independiente y adaptado a este tipo de empresas, en vez de tratarlas como simples PYMES.

Según el artículo “Economía mejora la fiscalidad y la cotización del emprendedor para aprobar la Ley de startups” del País (2021), los cambios más relevantes respecto de la regulación vigente son:

Primero, los requisitos. Se considerará *startup* a una empresa basada en una idea innovadora: si lleva menos de cinco años en el mercado; si tiene su sede, establecimiento permanente y la mayoría de sus trabajadores en España; si no se han repartido dividendos; si no cotiza en bolsa y si tiene menos de 5 millones de euros en ingresos.

En cuanto a las obligaciones fiscales, el tipo impositivo del impuesto sobre la renta de los no residentes y del impuesto de sociedades baja del 25% al 15% en los primeros 4 años desde el momento en el que la base imponible sea positiva. Se puede pedir el aplazamiento de la deuda tributaria de estos dos impuestos sin garantías ni intereses de demora y se elimina la obligación de hacer pagos fraccionados. También se eleva la exención fiscal de 12.000 a 50.000 euros al año. La base máxima de deducción sube de 60.000 a 100.000 euros y el tipo de deducción se incrementa un 20% (del 30% al 50%). Por último, el “Carried interest” tendrá una exención de hasta el 50%.

Con el objetivo de atraer talento externo, ya sea de forma telemática (personas que trabajan en un *startup* extranjero desde España) o trabajando físicamente en una empresa española. A partir de ahora se podrá acceder a un visado especial de hasta 5 años. Además, se reduce el tiempo de no residencia en España (tiempo que tiene que pasar un extranjero fuera de España desde que se le acaba el visado, si no puede ser renovado, para poder volver a vivir en nuestro país) de 10 a 5 años favoreciendo el retorno de personas que trabajan en actividades emprendedoras.

Entre los incentivos al emprendimiento, tenemos la eliminación de la doble cotización a personas que simultáneamente tengan un empleo y actividades de emprendimiento; la contemplación del emprendimiento en serie (hasta tres proyectos seguidos); el favorecimiento de la compra pública innovadora y la eliminación de la causa de disolución cuando las pérdidas representen la mitad del capital social en los primeros tres años y si no es procedente el concurso de acreedores.

Incluso, se va a agilizar el proceso de constitución. Se podrá fundar una empresa emergente en menos de seis horas y de manera telemática. También se eliminan aranceles a notarios y registradores.

Por último, establece ciertos organismos para facilitar el acceso a información y la creación de dichas empresas. La Empresa Nacional de Innovación SME (ENISA) servirá para declarar el carácter innovador del *startup* y facilitar el acceso a los beneficios de la nueva ley. Los Puntos de Atención al Emprendimiento (PAE) y la Oficina Nacional de Emprendimiento (ONE) actuarán como puntos de información relativa al emprendimiento.

## 5. Análisis Financiero

En este apartado se va a realizar un análisis completo de la viabilidad financiera de la empresa. Estimaremos los ingresos, los posibles gastos y estudiaremos tres escenarios posibles. Cabe mencionar que debido a la situación de inestabilidad que estamos viviendo y el aumento en los precios que se está produciendo, es muy difícil hacer una estimación del IPC para los próximos años. Por lo tanto, todas las predicciones están en valores reales del 2022. Sin embargo, a la hora de hacer las cuentas anuales de la empresa una vez establecida, se tendría en cuenta el aumento del IPC.

### 5.1 Estructura de costes

En este apartado se discutirán los costes relativos a nuestro *startup*. Por un lado, aquellas inversiones que necesita la empresa para poder comenzar a operar y, por otro lado, los gastos derivados de la actividad empresarial.

#### 5.1.1 Necesidades financieras del primer año y fuentes de financiación

Para comenzar con nuestro negocio necesitaremos hacer las siguientes inversiones:

Tabla 5. Bienes Tangibles

<b>BIENES TANGIBLES</b>	
Equipos para proceso de información	€ 4.500,00
<b>Total</b>	€ 4.500,00

fuelle: Elaboración propia a partir de Apple (2022)

En cuanto a los bienes tangibles, dado que solo somos 3 socios, comenzaremos trabajando desde la casa de uno de nosotros hasta que contratemos a más personal. Por lo tanto, el único gasto relevante sería el de los ordenadores. Para desarrollar nuestra actividad empresarial, hemos decidido comprar 3 MacBook Pro de 13” de la marca Apple, cuyo precio aproximado sería de 1500 € (Apple, 2022).

Tabla 6. Bienes Intangibles

<b>BIENES INTAGIBLES</b>	
Aplicaciones informáticas	€ 4.000,00
Página web	€ 1.500,00
<b>Total</b>	<b>€ 5.500,00</b>

Fuente: elaboración a partir de: Zaask (2021)

En los bienes intangibles tenemos las aplicaciones informáticas. Nos cuesta 4.000 € subcontratar a un programador que nos desarrolle una aplicación para el cálculo de la huella de carbono de acuerdo con los parámetros del *GHG Protocol*. Según el artículo “Cuánto cuesta un servicio de programador/a PHP en Zaask” de Zaask (2021) el precio por hora de un programador *freelance* sería de 20 € por hora y estimamos que tardaría alrededor de un mes en hacerla, más o menos 200 horas.

Además, tendremos que pagar 1.500 € de desarrollo de nuestra pagina web. Según el artículo “Cuánto cuesta un servicio de diseño web en Zaask” de Zaask (2021) una página web diseñada en Wordpress puede costar desde 400 € hasta 3.000 €. En el caso de una web una web sencilla como la nuestra, con menos de 5 páginas, costaría 1200 € + servicios adicionales, por eso hemos estimado que el gasto sería de 1.500 €.

Tabla 7. Gastos de Arranque

<b>GASTOS DE ARRANQUE</b>	
Constitución y puesta en marcha	€ 1.500,00
<b>Total</b>	<b>€ 1.500,00</b>

Fuente: Elaboración a partir de: Reina Abogados (2022), Easy Offer (2022) y Circulantis (2019).

Por último, tenemos unos gastos de arranque de 1.500 €.

Por un lado, tenemos los gastos previos a la constitución legal de la empresa:

- El registro de la marca: 150 € (Reina Abogados, 2022).

- Estudio y elaboración de los estatutos y contratos para la creación de la empresa: alrededor de 500 € (EasyOffer, 2022).

Según el artículo “¿Cuáles son los gastos al abrir un negocio?” de Circulantis (2019) los gastos de constitución serían los siguientes:

- El registro mercantil: 450 €.
- Los servicios de notaría: 350 €.
- La legalización de los libros oficiales: 50 €.

Por lo tanto, el total de los gastos sería:

Tabla 8. Necesidades de financiación

<b>NECESIDADES DE FINANCIACION (PRIMER AÑO)</b>	
BIENES TANGIBLES	€ 4.500,00
BIENES INTAGIBLES	€ 5.500,00
GASTOS DE ARRANQUE	€ 1.500,00
<b>Total</b>	<b>€ 11.500,00</b>

Fuente: elaboración propia

Estos gastos se van a financiar de la siguiente manera:

Tabla 9. Capital aportado por los socios

<b>CAPITAL APORTADO POR LOS SOCIOS</b>	<b>%</b>	<b>PARTE PROPORCIONAL</b>
Socios fundadores (3)	67%	€ 6.030,00
FFF	6%	€ 540,00
Business angels	27%	€ 2.430,00
Capital aportado por los socios	€ 9.000,00	

Fuente: elaboración propia

El 67% del capital va a ser aportado por nosotros, los socios fundadores de la empresa. Además, algunos familiares y amigos han decidido ser parte del proyecto proporcionando una cantidad de dinero que, aunque no es muy grande, nos es de gran ayuda. Esta porción representa un 6% del total. Por último, vamos a contar con la participación de dos *business angels* que van a aportar un 27% del capital.

Tabla 10. Primer préstamo

PRÉSTAMO 1	
Cantidad por solicitar	€ 8.500,00
Periodo de devolución (AÑOS)	10
Tipo de interés (%)	5%
Costes y comisión de apertura (%)	2%

Fuente: elaboración a partir de: BBVA, 2022 y Santander, 2022

En cuanto a la financiación ajena, pediríamos un préstamo a 10 años por valor de 8.500 €. Al ser una empresa de nueva creación, el interés es más alto que en una firma consolidada. No obstante, a raíz de la pandemia y de la creación de los créditos ICO, los tipos de interés bajaron considerablemente. Tras pedir préstamos en varios simuladores de Bancos como el Santander y el BBVA, nos concedían préstamos con un tipo de interés entre 4% y 6% (, por eso decidimos usar un 5%. Además, nos cobraban comisiones entre el 1,5% y el 2,5% por lo que hemos decidido usar un 2% de comisión de apertura. Todo esto son aproximaciones ya que, para darte financiación, un banco necesita hacer un estudio de tu empresa (Santander, 2022; BBVA,2022) (ver cuadro de amortización en Anexos).

### 5.1.2 Sueldos y salarios

Tabla 11. Salarios

SALARIOS (ANUALES)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fundador 1	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
Fundador 2	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
Fundador 3	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
Consultor 1	€ -	€ 16.800,00	€ 16.800,00	€ 17.640,00	€ 17.640,00
Consultor 2	€ -	€ -	€ 16.800,00	€ 16.800,00	€ 17.640,00
Consultor 3	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 16.800,00
Ingeniero 1	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 16.800,00
<b>Total</b>	€ 50.400,00	€ 71.232,00	€ 90.753,60	€ 94.451,28	€ 130.691,62

Fuente: elaboración propia

La retribución de los autónomos: los creadores de “Consultextil” creemos mucho en nuestra idea y estamos muy concienciados en que salga adelante. Por lo tanto, hemos decidido ponernos un sueldo relativamente bajo el primer año y, de esta manera, podríamos reinvertir más en que la empresa despegue. A partir del año siguiente, subiremos nuestro salario progresivamente, un 8% en el año dos, un 5% en el 3 y 4 y, a partir del año 5, fijaremos la subida en un 3%.

Sueldos y salarios: hemos decidido proceder a la contratación de personal de manera progresiva. El primer empleado se contratará a partir del segundo año, con un sueldo de 1.400 € brutos. Después, se contrataría a otros dos licenciados en ADE en el año 3 y 5 respectivamente. Y, por último, contrataríamos a un ingeniero en el quinto año para que nos ayudase a mejorar la gestión sostenible de las empresas que nos contraten y actualice nuestra herramienta de cálculo de la huella de carbono. Los sueldos de nuestros se incrementarían un 5 % cada los dos años.

### 5.1.3 Gastos derivados de la actividad empresarial

Tabla 12. Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Seguros Autonomos (RETA)	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00
Servicios exteriores	€ -	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00
Servicios profesionales	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00
Alquileres y Cánones	€ -	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00
Suministros	€ -	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00
Otros	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00
<b>Total</b>	<b>€ 15.600,00</b>	<b>€ 25.320,00</b>	<b>€ 25.320,00</b>	<b>€ 25.320,00</b>	<b>€ 25.320,00</b>

Fuente: elaboración propia a partir de Infoautonomos (2022), Milanuncios (2022), Crosnoshare (2022), Idealista (2022), Comparadorluz. (2021), Tarifasdeagua (2021) y Finetwork (2022)

Los gastos operativos serían los siguientes:

Seguros Autónomos (RETA): según el artículo “Cuota de autónomos 2022: ¿cuánto se paga?” de Infoautonomos (2022) la cuota de autónomos asciende a 294 € al mes.

Servicios exteriores: serían los gastos de limpieza y desinfección de la oficina de acuerdo con las normas establecidas para la prevención del Covid 19. Vamos a contratar una persona de limpieza que vendrá dos veces a la semana, 2 horas a 10 € la hora (milanuncios, 2022).

Servicios profesionales: estaría compuesto de los gastos derivados de la asesoría y gestión. Estos servicios los vamos a subcontratar a una empresa externa. De acuerdo con el artículo “Descubre las tarifas que suele cobrar una gestión en España” de Cronoshare (2022), la gestión por parte de una gestión del impuesto sobre sociedades y cuentas anuales puede costar entre 300 € - 350 € al mes, por eso hemos dotado un gasto de 300 €. Al ser una empresa pequeña, creemos que nos ajustaremos al mínimo.

Alquileres y cánones: como se ha mencionado previamente, en el primer año no consta un gasto de esta categoría porque pretendemos empezar desde casa. Queremos alquilar un pequeño estudio a las afueras de Madrid ya que la cercanía al cliente no es un elemento esencial. Casi cualquier tipo de gestión se puede hacer de manera telemática.

Hemos estado mirando en portales de alquiler de estudios como Idealista y hemos visto que estudios de alrededor de 35-40 m<sup>2</sup> nos costarían entre 450 y 500 € (Idealista, 2022). Estos pisos serían ideales para los 7 trabajadores debido a cumpliríamos con el mínimo de 2 m<sup>2</sup> por trabajador según marca el "Real Decreto 486/1997" del gobierno de España (2022).

Suministros: Según el artículo "Consumo medio de luz y gas en casa: ¿Cuánto es y cómo se calcula?" de Comparadorluz. (2021), para una vivienda de 90 m<sup>2</sup> con 4 personas, el gasto en electricidad se estima en 720 € al año y el de gas 540 € al año. Según el artículo "Precio de agua en España: toda la información" de Tarifasdeagua (2021) el gasto de agua de una vivienda suele estar alrededor de 33 € al mes por 20 m<sup>3</sup>. Sin embargo, como en la empresa seremos más de cuatro personas trabajando, lo hemos ajustado al alza dejando un gasto mensual de 150 €.

Otros: esta cuenta se compone de los materiales de oficina, línea de teléfono, Red Wifi y cualquier otro tipo de gasto extra. Para calcular el gasto en red wifi y teléfono hemos usado una tarifa de una empresa de telefonía *lowcost* que nos ofrecía por 40 € al mes 300 Mbps de velocidad y dos móviles con 25 GB (Finetwork, 2022). El resto proviene de los materiales de oficina, 50 € al mes, y de algún gasto extra, 10 € al mes.

Además, con el objetivo de dar el mejor servicio posible, hemos decidido invertir en cursos de formación para nuestros fundadores el primer año. La formación en cuestión es un Máster en análisis ambiental, huella de carbono y huella hídrica del Esneca Business School (Esneca Business School, 2021). La modalidad es totalmente online por lo que nos permite mucha más flexibilidad a la hora de compaginar el curso con las actividades diarias de nuestra empresa. Su coste total es de 402,84 € que pagaremos en 12 cuotas. Por lo tanto, el importe total es: 1208,52 € por los tres cursos (para cada uno de los fundadores).

En una consultora creemos que la labor del marketing es fundamental para darte a conocer entre los posibles clientes. Por lo tanto, y dado a nuestra limitada experiencia en este campo, hemos decidido contratar a una empresa externa. Nuestros gastos en marketing quedarían de la siguiente manera:



Tabla 13. Gasto en Marketing

<b>MARKETING</b>	€ 2.100,00	€ 2.205,00	€ 2.315,25	€ 2.431,01	€ 2.552,56
------------------	------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: elaboración propia a partir de Market Inhouse, 2021

La subcontratación de marketing de nuestra empresa nos va a costar 2100 € el primer año. Según el artículo “Precios y tarifas marketing digital” de Market Inhouse (2021) los precios de una agencia dedicada al marketing pueden ir desde 150 € hasta 2.000 € al mes. Para comenzar y siguiendo nuestra política de minimización de costes, vamos a pagar 175 € al mes. Este gasto en marketing aumentará un 5% cada ejercicio para ser capaces de llegar a más gente a medida que vayamos creciendo.

En cuanto a los gastos variables, hemos decidido darles un peso de 15% sobre los ingresos. Estos son, fundamentalmente, los costes correspondientes a nuestra empresa derivados de las visitas a los diferentes participantes del alcance tres de las empresas. Estos pueden provenir de las dietas o seguros de viaje.

## 5.2 Estructura de ingresos

Tabla 14. Ingresos del Primer año

Precio mensual por proyecto	€ 3.000,00
Precio por proyecto terminado	€ 1.250,00

INGRESOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
nº proyectos nuevos	1	0	1	0	0	0	0
Nº proyectos en curso	1	1	2	2	2	2	2
Nº proyectos terminados							
<b>Total</b>	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00

	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
1	0	0	0	0	0	3
3	3	3	3	3	3	2
					1	1
€	€	€	€	€	€ 10.250,00	€ 82.250,00
	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00		

Fuente: elaboración propia

Para la fijación del precio hemos decidido utilizar el método de precio cerrado: en función del alcance y de la estimación de esfuerzos se fijan unos honorarios que se mantienen fijos siempre

que no haya desviaciones injustificadas en alcance o plazos. La fórmula nos quedaría así: número de meses x 3.000 + terminación del proyecto. Hemos decidido que sean 3.000 € al mes puesto que al principio vamos a ser tres consultores, entonces cobraríamos 1.000 € por consultor al mes. Posteriormente, pretendemos asignar 3 consultores a cada proyecto. Por lo tanto, mantendríamos ese precio.

Al concluir el proyecto, se haría un cobro único de 1250 € al cliente por finalización del proyecto. Esto se haría con el fin de que la empresa pueda quedarse con las medidas implementadas y se le hiciese un control unos años después de la terminación del proyecto para evaluar su progreso.

En cuanto a la facturación al cliente, se tendrán en cuenta los viajes al alcance 3 de las empresas. Estos pueden ser visitas a los centros de procesamiento de materias primas, centros de logística... El fin es obtener información de primera mano de los procesos productivos de los fabricantes y proveedores de la industria textil para poder dar soluciones personalizadas. Al iniciar el contrato, se negociararán una serie de desplazamientos y estancias en dichos lugares que correrán a cargo del cliente. Este gasto se irá reduciendo debido a la creación de sinergias entre las diferentes visitas al proveedor. En otras palabras, al haber actuado sobre un proveedor en un lugar concreto, adquirimos un conocimiento que nos puede servir para otros clientes.

Además, los precios mencionados previamente, no incluyen el IVA, es decir, cuando se presente al cliente la factura, esta tendrá que incluir estos el precio + el 21% de IVA. Cabe destacar que nuestra política de precios se adaptará a la inflación.

El primer año, lo consideramos el año de captación de empresas. Esperamos establecer acuerdos con al menos 3 empresas. Nuestro objetivo sería conseguir los acuerdos en los siguientes horizontes temporales:

Planeamos firmar los dos primeros contratos en los meses de inicio, el y el tercero a finales del primer ejercicio. Además, creemos que conseguiremos finalizar uno de los acuerdos con éxito a finales del primer año. Esto nos reportaría unos ingresos totales en el primer año de: 82.250,00 €.

### **1.1 Viabilidad financiera**

Para analizar la viabilidad financiera, vamos a hacer un estudio de tres posibles escenarios, conservador, optimista y medio. El escenario medio o escenario 1, lo tomaremos como referencia

para la cuenta de pérdidas y ganancias y el balance. Hemos hecho predicciones en base a tres escenarios posibles. Para diferenciarlos, hemos estimado tres crecimientos distintos en ventas:

Tabla 15. Crecimiento en ventas

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Medio (Base)	50%	40%	25%	20%
Conservador	25%	20%	15%	10%
Optimista	60%	50%	50%	50%

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Escenario 1

FINANZAS A 5 AÑOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	€ -	€82.250,00	€123.375,00	€172.725,00	€215.906,25	€259.087,50
<b>FINANCIACIÓN</b>	€17.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>SALARIOS</b>	€ -	€50.400,00	€ 71.232,00	€ 90.753,60	€ 94.451,28	€130.691,62
<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	€ -	€ -	€ 5.544,00	€ 11.088,00	€ 11.365,20	€ 22.730,40
Seguros autónomos (RETA)	€ -	€10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00
Servicios exteriores	€ -	€ -	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00
Servicios profesionales	€ -	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00
Alquileres y cánones	€ -	€ -	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00
Suministros	€ -	€ -	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00
Otros	€ -	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	€ -	€15.600,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00
Cursos y formaciones		€ 1.208,52				
<b>MARKETING Y PUBLI</b>	€ -	€ 2.100,00	€ 2.205,00	€ 2.315,25	€ 2.431,01	€ 2.552,56
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	€ -	€69.308,52	€104.301,00	€1 29.476,85	€133.567,49	€181.294,58
<b>GASTOS VARIABLES</b>	€ -	€12.337,50	€ 18.506,25	€ 25.908,75	€ 32.385,94	€ 38.863,13
<b>Gastos de constitucion</b>	€ 1.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Tangibles	€ 4.500,00	€ -	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ -	€ 3.000,00
Intangibles	€ 5.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>INVERSIONES</b>	€10.000,00	€ -	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ -	€ 3.000,00
cuotas		€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87
Intereses		€ 409,74	€ 375,35	€ 339,20	€ 301,20	€ 261,26
comisiones de apertura	€ 170,00		€ -	€ -	€ -	€ -
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		€ 1.491,60	€ 1.457,22	€ 1.421,07	€ 1.383,07	€ 1.343,13
<b>Resultado antes de impuestos</b>	€ 5.830,00	€ (887,62)	€ (2.389,47)	€ 14.418,33	€ 48.569,75	€ 34.586,66
Impuesto de sociedades				€ 2.162,75	€ 7.285,46	€ 8.646,67
<b>CF</b>	€ 5.830,00	€ (887,62)	€ (2.389,47)	€ 12.255,58	€ 41.284,28	€ 25.940,00

Fuente: elaboración a partir de los resultados obtenidos en los apartados anteriores.

En este escenario podemos ver que empezáramos a tener flujos de caja netos positivos a partir del año 3. Además, estos crecen considerablemente a lo largo del tiempo. En el año 5 vemos una disminución en los resultados debido al aumento en capital humano, lo cual aumenta bastante el gasto en salarios porque se contrata a dos personas nuevas.

El impuesto de sociedades se ha calculado como lo marca la legislación vigente. Aunque el proyecto de ley de la nueva Ley de los *Startups* (apartado 12.1) se aprobó, todavía no ha entrado en vigor. Si finalmente entrase en vigor el impuesto de sociedades sería un 15% durante 4 años desde que la base imponible sea positiva. Por lo tanto, hemos calculado el impuesto de sociedades de acuerdo con la regulación actual. Se haría tratando a los *startups* como simples PYMES. Según esta ley, el impuesto de sociedades se calcula de la siguiente manera: 15% los dos primeros años desde que la base imponible sea positiva y 25% a partir de ese momento.

Tabla 17. Escenario 2

FINANZAS A 5 AÑOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		€82.250,00	€102.812,50	€123.375,00	€141.881,25	€156.069,38
<b>FINANCIACIÓN</b>	€17.500,00					
<b>SALARIOS</b>	€ -	€50.400,00	€ 71.232,00	€ 73.953,60	€ 77.651,28	€ 79.451,62
<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	€ -	€ -	€ 5.544,00	€ 5.544,00	€ 5.821,20	€ 5.821,20
Seguros autónomos (RETA)	€ -	€10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00
Servicios exteriores	€ -	€ -	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00
Servicios profesionales	€ -	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00
Alquileres y cánones	€ -	€ -	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00
Suministros	€ -	€ -	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00
Otros	€ -	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	€ -	€15.600,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00
Cursos y formaciones	-	€ 1.208,52				
<b>MARKETING Y PUBLI</b>	€ -	€ 2.100,00	€ 2.205,00	€ 2.315,25	€ 2.431,01	€ 2.552,56
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	€ -	€69.308,52	€104.301,00	€107.132,85	€111.223,49	€113.145,38
<b>GASTOS VARIABLES</b>	€ -	€12.337,50	€ 15.421,88	€ 18.506,25	€ 21.282,19	€ 23.410,41
<b>Gastos de constitucion</b>	€ 1.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Tangibles	€ 4.500,00	€ -	€ 1.500,00		€ -	
Intangibles	€ 5.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>INVERSIONES</b>	€10.000,00	€ -	€ 1.500,00		€ -	
cuotas		€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87
Intereses		€ 409,74	€ 375,35	€ 339,20	€ 301,20	€ 261,26
comisiones de apertura	€ 170,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		€ 1.491,60	€ 1.457,22	€ 1.421,07	€ 1.383,07	€ 1.343,13
<b>Resultado antes de impuestos</b>	€ 5.830,00	€ (887,62)	€ (19.867,59)	€ (3.685,17)	€ 7.992,50	€ 18.170,45
Impuesto de sociedades					€ 1.198,87	€ 2.725,57
<b>CF</b>	€ 5.830,00	€ (887,62)	€ (19.867,59)	€ (3.685,17)	€ 6.793,62	€ 15.444,89

Fuente: elaboración a partir de los resultados obtenidos en los apartados anteriores.

En este caso, empezamos a tener flujos de caja positivos a partir del cuarto ejercicio debido a que los crecimientos son muy bajos para una empresa emergente. Sin embargo, este crecimiento no nos permitiría aumentar la plantilla al nivel que planeamos. En este caso solo podríamos contratar a un empleado. Esto reduciría en gran medida nuestros costes de salarios y, por consiguiente, el gasto en seguridad social (RRHH: Escenario 2 consta en anexos). A consecuencia de la reducción en capital humano, se reduciría la inversión en equipos para proceso de información porque, al ser menos trabajadores, solo necesitaríamos comprar 4 ordenadores. Podríamos salir adelante si se da este escenario, pero creceríamos mucho más lento.

Tabla 18. Escenario 3

<b>FINANZAS A 5 AÑOS</b>	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		€ 82.250,00	€ 131.600,00	€ 197.400,00	€ 296.100,00	€ 444.150,00
<b>FINANCIACIÓN</b>	€ 17.500,00					
<b>SALARIOS</b>	€ -	€ 50.400,00	€ 71.232,00	€ 90.753,60	€ 128.051,28	€ 181.091,62
<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	€ -	€ -	€ 5.544,00	€ 11.088,00	€ 22.453,20	€ 39.362,40
Seguros autónomos (RETA)	€ -	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00
Servicios exteriores	€ -	€ -	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 2.880,00	€ 2.880,00
Servicios profesionales	€ -	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00
Alquileres y cánones	€ -	€ -	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 8.400,00	€ 8.400,00
Suministros	€ -	€ -	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 2.400,00	€ 2.400,00
Otros	€ -	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	€ -	€ 15.600,00	€ 25.320,00	€ 25.320,00	€ 29.280,00	€ 29.280,00
<b>Cursos y formaciones</b>		€ 1.208,52				
<b>MARKETING Y PUBLI</b>	€ -	€ 2.100,00	€ 2.205,00	€ 2.315,25	€ 2.431,01	€ 2.552,56
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	€ -	€ 69.308,52	€ 104.301,00	€ 129.476,85	€ 182.215,49	€ 252.286,58
<b>GASTOS VARIABLES</b>	€ -	€ 12.337,50	€ 19.740,00	€ 29.610,00	€ 44.415,00	€ 66.622,50
<b>Gastos de constitucion</b>	€ 1.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Tangibles	€ 4.500,00	€ -	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 3.000,00	€ 4.500,00
Intangibles	€ 5.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>INVERSIONES</b>	€ 10.000,00	€ -	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 3.000,00	€ 4.500,00
cuotas		€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87
Intereses		€ 409,74	€ 375,35	€ 339,20	€ 301,20	€ 261,26
comisiones de apertura	€ 170,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		€ 1.491,60	€ 1.457,22	€ 1.421,07	€ 1.383,07	€ 1.343,13
<b>Resultado antes de impuestos</b>	€ 5.830,00	€ (887,62)	€ 4.601,78	€ 35.392,08	€ 65.086,43	€ 119.397,79
Impuesto de sociedades			€ 690,27	€ 5.308,81	€ 16.271,61	€ 29.849,45
<b>CF</b>	€ 5.830,00	€ (887,62)	€ 3.911,52	€ 30.083,27	€ 48.814,83	€ 89.548,34

Fuente: elaboración a partir de los resultados obtenidos en los apartados anteriores.

En este escenario observamos unos crecimientos mucho mayores, por lo que empezamos a obtener flujos de caja positivos a partir del año dos. Para responder al crecimiento elevado en demanda, tendríamos que contratar a más personal, 2 ingenieros y 5 consultores. Esto conllevará un aumento en el gasto en seguridad social. Hemos decidido que las contrataciones se van a distribuir de la siguiente manera (RRHH: Escenario 3 consta en anexos):

- Consultores: se contratará un consultor en el año dos, otro en el tres, dos en el cuatro y otro en el cinco.
- Ingenieros: ambos se contratarán en el año 5.

A consecuencia del aumento en capital humano, hemos decidido que en el año 4 cambiaremos de oficina para cumplir con los 2 m<sup>2</sup> por trabajador. Esta nueva oficina nos costará 700 € al mes (Milanuncios, 2022) lo cual incrementará el gasto en suministros y limpieza (Gastos operativos: Escenario 3 consta en anexos).

### 5.3 Balance y Cuenta de Pérdidas y ganancias

Tabla 19. Balance de Situación

<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>€10.000,00</b>	<b>€ 9.500,00</b>	<b>€ 9.000,00</b>	<b>€ 6.700,00</b>	<b>€ 7.100,00</b>
<i>I. Inmovilizado intangible</i>					
a) pagina web	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00
b) Aplicaciones informaticas	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00
c) amortización		€ (1.100,00)	€ (2.200,00)	€ (3.300,00)	€ (4.400,00)
<i>II. Inmovilizados tangibles</i>					
d) Equipos para procesos de información	€ 4.500,00	€ 6.000,00	€ 7.500,00	€ 7.500,00	€10.500,00
e) depreciación		€ (900,00)	€ (1.800,00)	€ (3.000,00)	€ (4.500,00)
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>€ 4.024,24</b>	<b>€ 2.044,51</b>	<b>€14.333,16</b>	<b>€55.884,37</b>	<b>€81.755,10</b>
a) Banco cuenta corriente	€ 4.024,24	€ 2.044,51	€14.333,16	€55.884,37	€81.755,10
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>€14.024,24</b>	<b>€11.544,51</b>	<b>€23.333,16</b>	<b>€62.584,37</b>	<b>€88.855,10</b>
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>€ 5.524,24</b>	<b>€ 3.716,65</b>	<b>€16.211,82</b>	<b>€56.205,69</b>	<b>€83.257,08</b>
Capital	€ 9.000,00	€ 9.000,00	€ 9.000,00	€ 9.000,00	€ 9.000,00
Reservas					€47.205,69
Resultado del ejercicio	€ (3.475,76)	€ (1.807,60)	€12.495,17	€39.993,87	€27.051,40
Resultados (-) de ejercicios anteriores		€ (3.475,76)	€ (5.283,35)	€ 7.211,82	
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>€ 8.500,00</b>	<b>€ 7.827,87</b>	<b>€ 7.121,35</b>	<b>€ 6.378,68</b>	<b>€ 5.598,02</b>
a) Deudas con entidades de crédito	€ 8.500,00	€ 7.827,87	€ 7.121,35	€ 6.378,68	€ 5.598,02
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>	<b>€ -</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>€ 8.500,00</b>	<b>€ 7.827,87</b>	<b>€ 7.121,35</b>	<b>€ 6.378,68</b>	<b>€ 5.598,02</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b>€14.024,24</b>	<b>€11.544,51</b>	<b>€23.333,16</b>	<b>€62.584,37</b>	<b>€88.855,10</b>

Fuente: elaboración a partir de los resultados obtenidos en los apartados anteriores

Tabla 20. Cuenta de Pérdidas y Ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>	€ 82.250,00	€ 123.375,00	€ 172.725,00	€ 215.906,25	€ 259.087,50
Gastos Variables	€ 12.337,50	€ 18.506,25	€ 25.908,75	€ 32.385,94	€ 38.863,13
<b>Resultado Bruto</b>	<b>€ 69.912,50</b>	<b>€ 104.868,75</b>	<b>€ 146.816,25</b>	<b>€ 183.520,31</b>	<b>€ 220.224,38</b>
<b>Mg contribucion (%)</b>	15%	15%	15%	15%	15%
<b>Gastos operativos</b>	€ 70.808,52	€ 104.301,00	€ 129.476,85	€ 133.567,49	€ 181.294,58
Sueldos y salarios	€ 50.400,00	€ 71.232,00	€ 90.753,60	€ 94.451,28	€ 130.691,62
Seguros Autonomos (RETA)	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00	€ 10.800,00
Servicios exteriores	€ -	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00	€ 1.920,00
Servicios profesionales	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00	€ 3.600,00
Alquileres y Cánones	€ -	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.000,00
Suministros	€ -	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00	€ 1.800,00
Otros	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00	€ 1.200,00
Seguridad social	€ -	€ 5.544,00	€ 11.088,00	€ 11.365,20	€ 22.730,40
Marketing	€ 2.100,00	€ 2.205,00	€ 2.315,25	€ 2.431,01	€ 2.552,56
Constitucion	€ 1.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -
cursos y formaciones	€ 1.208,52	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>EBITDA</b>	<b>€ (896,02)</b>	<b>€ 567,75</b>	<b>€ 17.339,40</b>	<b>€ 49.952,82</b>	<b>€ 38.929,79</b>
<b>EBITDA (%)</b>	1%	0%	10%	23%	15%
Amortizaciones	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.300,00	€ 2.600,00	€ 2.600,00
<b>EBIT</b>	<b>€ (2.896,02)</b>	<b>€ (1.432,25)</b>	<b>€ 15.039,40</b>	<b>€ 47.352,82</b>	<b>€ 36.329,79</b>
<b>EBIT (%)</b>	4%	1%	9%	22%	14%
Gastos financieros	€ 579,74	€ 375,35	€ 339,20	€ 301,20	€ 261,26
<b>Resultado ordinario</b>	<b>€ (3.475,76)</b>	<b>€ (1.807,60)</b>	<b>€ 14.700,20</b>	<b>€ 47.051,62</b>	<b>€ 36.068,53</b>
<b>Resultado ordinario (%)</b>	4%	1%	9%	22%	14%
Impuesto de Sociedades	€ -	€ -	€ 2.205,03	€ 7.057,74	€ 9.017,13
<b>Beneficio neto</b>	<b>€ (3.475,76)</b>	<b>€ (1.807,60)</b>	<b>€ 12.495,17</b>	<b>€ 39.993,87</b>	<b>€ 27.051,40</b>
<b>Beneficio neto (%)</b>	4%	1%	7%	19%	10%

Fuente: elaboración a partir de los resultados obtenidos en los apartados anteriores.

## **6. Futuras líneas de investigación y objetivos de la empresa a futuro**

Un objetivo principal para Consultextil es evolucionar. Creemos que en el desarrollo está el futuro. Por ende, hemos decidido reinvertir todo el dinero que podamos en la empresa para que en el medio-largo plazo podamos expandirnos a otras actividades. Pretendemos llevar a cabo dos tipos de expansión:

En primer lugar, nos gustaría proporcionar soluciones a otro tipo de problemas medioambientales y sociales dentro del sector textil. Esto sería dar servicios de consultoría en economía circular, reciclaje de los tejidos, condiciones laborales...

Por otro lado, dada la facilidad para el teletrabajo que nos proporciona tener una consultoría, nos gustaría desarrollar una estrategia de Internacionalización, empezando por países vecinos como Portugal y tratando de llegar a empresas textiles de todo el mundo.

Por último, hablando ya del largo plazo, nos gustaría ampliar nuestra oferta a otros sectores como el automovilístico, el logístico o el alimentario. Incidiríamos también en su alcance tres y trataríamos de dar respuesta a sus problemas medioambientales.

En cuanto a los objetivos más concretos, nos gustaría:

- Tener acuerdos con al menos 3 empresas en el primer año
- Conseguir un acuerdo internacional (empresa fuera de España) antes del año 5
- Ser un 80% sostenibles en nuestras operaciones internas
- Conseguir una gran fidelización de los consumidores por medio de descuentos y ofertas especiales a los clientes recurrentes.

## **7. Conclusión**

La huella de Carbono es una realidad y está causando graves daños en la tierra. La temperatura del mundo está aumentando a niveles exponenciales. Debemos pararlo ahora para que las futuras generaciones puedan disfrutar del mundo como lo hemos conocido nosotros.

La consultoría sostenible es el medio por el cual las empresas de un sector determinado ven que sí que es posible un desarrollo sostenible. Crecer económicamente y ser responsables con el medio ambiente deberían ir de la mano. Hay un campo de estudio enorme en este ámbito y, por tanto, mucho potencial de desarrollo.



Además, la conciencia de las personas e instituciones está aumentando. Muchas personas prefieren pagar un poco más por un producto o servicio que sea respetuoso con el medioambiente. Incluso, se están empezando a regular este tipo de problemas, en un futuro no muy lejano, se controlarán las emisiones de GEI de las empresas a nivel estatal.

Tras hacer un estudio completo de la viabilidad financiera, analizando tres escenarios posibles. Podemos concluir que es un negocio con grandes posibilidades de salir adelante. La inversión no es muy grande y la estructura de costes es relativamente controlable. El punto clave sería la captación de clientes, ahí es donde encontraríamos el mayor reto.

Consultextil es una empresa que ofrece un servicio innovador, muy especializado en un ámbito que muy poca gente controla y que tiene un impacto enorme en las emisiones de esta industria. Asimismo, es un servicio atractivo para las empresas porque podría ayudar a que estas consigan la etiqueta sostenible, la cual les ayudaría a llegar a un público más grande y mejoraría su reputación de cara al consumidor.

## Bibliografía:

- ABJ. Ingenieros. (2020, 10 marzo). *Seguridad y Salud en el Trabajo en el Sector Textil*. Recuperado 3 de febrero de 2022, de <https://abjingenieros.com/blog-post/seguridad-y-salud-en-el-trabajo-en-el-sector-textil/>
- Anónimo. (2022, 22 marzo). *Tablas salariales empleada hogar y coste total empleador 2022*. Alejandro. <https://www.cuestioneslaborales.es/cuanto-cobrar-una-empleada-del-hogar-tablas-salariales/#horas>
- Benavides, A. (2021, 31 mayo). *La Huella de Carbono en el Sector Textil*. Bezero. <https://bezero.es/huella-de-carbono-en-el-sector-textil>
- Cámara de Comercio de España. (2020, 23 enero). *¿Qué es una startup?* Cámara de España. <https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/que-es-una-startup>
- Campaña Ropa Limpia. (2013, 29 abril). *Working hours and overtime: 96-hour workweeks*. Clean Clothes Campaign. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://cleanclothes.org/issues/working-hours>
- Campaña Ropa Limpia, Setem, Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament, & Isabel Martín Foundation. (2019). *Salarios Dignos 2019*. [https://ropalimpia.org/wp-content/uploads/2017/08/TailoredWages-FP\\_ES\\_Baixa.pdf](https://ropalimpia.org/wp-content/uploads/2017/08/TailoredWages-FP_ES_Baixa.pdf)
- Casaponsa, P. (2021, 3 mayo). *La moda contamina cada vez más*. La Vanguardia. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20210503/7425699/moda-contamina-vez-mas.html>
- CB Insights. (2021, 16 septiembre). *The Top 12 Reasons Startups Fail*. CB Insights Research. Recuperado 24 de enero de 2020, de <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>
- CBinsights. (2021, 31 diciembre). *The Complete List Of Unicorn Companies*. Recuperado 25 de febrero de 2022, de <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- Circulantis. (2019, 14 mayo). *¿Cuáles son los gastos al abrir un negocio?* <https://circulantis.com/blog/gastos-abrir-negocio/>
- Comisión europea. (2019, 12 octubre). *Un Pacto Verde Europeo*. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es)

Comparadorluz. (2021, 11 noviembre). Consumo medio de luz y gas en una casa: ¿Cuánto es y cómo se calcula? comparadorluz.com. <https://comparadorluz.com/faq/consumo-medio-casa>

Condé Nast & Centre for Sustainable Fashion (CSF). (2020). *Condé Nast - Glossary*. The Sustainable Fashion Glossary. Recuperado 29 de enero de 2022, de <https://www.condenast.com/glossary/key-elements-of-fashion-and-sustainability>

Corazón, B. (2022, 20 enero). *Vender humo*. Forbes España. Recuperado 28 de enero de 2022, de <https://forbes.es/opinion/134600/vender-humo/>

Cotec & Mckinsey. (2017, julio). *Reinvención digital: una oportunidad para España*. Fundación COTEC para la Innovación. Recuperado 24 de enero de 2022, de <https://cotec.es/proyecto/reinvencion-digital-una-oportunidad-para-espaa/2d3cae47-db79-4340-a277-7256d6261c53>

Cronoshare. (2022, 22 enero). Descubre las tarifas que suele cobrar una gestoría en España. <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/gestoria>

de Andrés, P. B. (2019, 9 octubre). *Qué es la huella de carbono de organización y sus alcances – Entendiendo la huella de carbono (parte III)*. envirall - Consultoría Ambiental Estratégica. <https://www.envirall.es/que-es-la-huella-de-carbono-de-organizacion-y-sus-alcances-entendiendo-la-huella-de-carbono-parte-iii/>

Dealroom, Endeavor, Ascri, Kibo Ventures, Ministerio de industria, comercio y turismo, & España Nación Emprendedora. (2021, octubre). *Spanish Tech Ecosystem*. <https://dealroom.co/uploaded/2021/10/Spain-tech-ecosystem-Dealroom-report-2021.pdf?x65401>

del Palacio, G. (2021, 11 diciembre). *La situación de las startups en España: gran crecimiento en los últimos años, pero lastradas por la burocracia*. ELMUNDO. Recuperado 26 de enero de 2022, de <https://www.elmundo.es/economia/empresas/2021/12/11/61b387ef21efa095748b45b7.html>

Easyoffer. (2022, 22 marzo). *¿Cuánto cuesta la creación de una empresa? Precios 2022*. Easyoffer Blog. <https://www.easyoffer.es/blog/precio-crear-empresa/>

Ecoalf. (2021). *Historia*. Recuperado 3 de febrero de 2022, de <https://ecoalf.com/es/p/historia-99>

editorE. (2014, 5 septiembre). *¿Conoces el GHG Protocol?* Software ISO. Recuperado 22 de febrero de 2022, de <https://www.isotools.org/2013/01/03/conoces-el-ghg-protocol/>

Esneca. (2021, 18 mayo). MÁSTER EN ANÁLISIS AMBIENTAL, HUELLA DE CARBONO E HÍDRICA. Esneca. <https://www.esneca.com/formacion/master-analisis-ambiental-huella-carbono-huella-hidrica/>

Estudios e Información Capital Madrid S.L. (2022, 14 febrero). *Spain: International Venture Capital Broke Records In 2021*. CapitalMadrid. <https://www.capitalmadrid.com/2022/2/14/61753/spain-international-venture-capital-broke-records-in-2021.html>

Fashion Revolution. (2022, 8 febrero). *FRW 2022*. Recuperado 24 de enero de 2022, de <https://www.fashionrevolution.org>

Faternidad-Muprespa. (2021, 14 julio). *Qué es una startup: origen y características | Portal del Emprendedor*. Faternidad-Muprespa. Recuperado 25 de enero de 2022, de <https://www.sumutua.com/es/actualidad/que-es-una-startup-origen-y-caracteristicas>

Fernández, H. (2021, 1 febrero). *¿Qué es una startup? Definición, características, ventajas, . . .*. Economía TIC. Recuperado 24 de enero de 2022, de <https://economytic.com/que-es-una-startup/>

San Anastasio International School (2021, 4 mayo). *Fast fashion: los pros y contras de la moda rápida*. San Anastasio International School. Recuperado 30 de enero de 2022, de <https://sanastasio.com/que-es-fast-fashion/>

Gobierno de España. (2020, 2 junio). *El Gobierno aprueba la Estrategia Española de Economía Circular para reducir la generación de residuos y mejorar la eficiencia en el uso de recursos*. Miteco. Recuperado 28 de febrero de 2022, de <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-aprueba-la-estrategia-espa%C3%B1ola-de-econom%C3%ADa-circular-para-reducir-la-generaci%C3%B3n-de-residuos-y-mejorar-la-eficiencia-en-el-uso-de-recu/tcm:30-509533>

- Gobierno de España. (2021, 21 mayo). *BOE.es - BOE-A-2021-8447 Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética*. BOE. [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-8447](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-8447)
- Gobierno de España. (2022, 14 abril). *BOE.es - BOE-A-1997-8669 Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo*. BOE. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1997-8669>
- Gobierno de España & La Moncloa. (2021, 10 diciembre). *La Moncloa. 10/12/2021. El Gobierno aprueba el Proyecto de Ley de Startups para favorecer el emprendimiento innovador [Consejo de Ministros/Resúmenes]*. La Moncloa. Recuperado 2 de febrero de 2022, de [https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2021/101221-rp\\_cministros-extraordinario.aspx](https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2021/101221-rp_cministros-extraordinario.aspx)
- Gonzalo, A., Harreis, H., Altable, C. S., & Villepelet, C. (2021, 12 febrero). *Fashion's digital transformation: Now or never*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashions-digital-transformation-now-or-never?cid=other-eml-alt-mip-mck&hlikid=9e287aaf7f99456590761a36e501cc2d&hctky=11211891&hdpid=7a39af8f-9d3d-482a-8424-a6b61607d9a3>
- Green House Gas Protocol. (2013, enero). *Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions*. [https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Scope3\\_Calculation\\_Guidance\\_0.pdf](https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Scope3_Calculation_Guidance_0.pdf)
- Greenpeace International. (2012, 20 noviembre). *Toxic Threads: The Big Fashion Stitch-Up*. Recuperado 3 de febrero de 2022, de <https://www.greenpeace.org/international/publication/6889/toxic-threads-the-big-fashion-stitch-up/>
- Iberdrola. (2019). *¿Qué es la huella de carbono y por qué es vital reducirla para frenar el cambio climático?* Recuperado 24 de febrero de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/huella-de-carbono>

Iberdrola. (2020). *Informe de Gases de efecto invernadero - Iberdrola*. Recuperado 24 de febrero de 2022, de <https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/medio-ambiente/gestion-medioambiental/inventario-gases-efecto-invernadero/informe>

Idealista. (2022). idealista.com. <https://www.idealista.com>

Infoautonomos. (2022, 23 marzo). *Cuota de autónomos 2022*. <https://www.infoautonomos.com/seguridad-social/cuota-de-autonomos-cuanto-se-paga/>

Itrend. (2018, 25 abril). *Moda y sostenibilidad: 10 iniciativas impulsadas por el sector textil*. Recuperado 3 de febrero de 2022, de <https://itrend.es/es/moda-y-sostenibilidad/>

Jiménez, M. (2021, 10 diciembre). *Economía mejora la fiscalidad y la cotización del emprendedor para aprobar la Ley de Startups*. Cinco Días. Recuperado 2 de febrero de 2022, de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/12/09/companias/1639088840\\_570176.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/12/09/companias/1639088840_570176.html)

Jorrín, J. G., & Escudero, J. (2019, 22 mayo). *La OCDE desmonta el mito de que España es un infierno burocrático para las pymes*. elconfidencial.com. Recuperado 26 de enero de 2022, de [https://www.elconfidencial.com/economia/2019-05-21/ocde-desmonta-mito-espana-infierno-burocratico-pymes\\_2012010/](https://www.elconfidencial.com/economia/2019-05-21/ocde-desmonta-mito-espana-infierno-burocratico-pymes_2012010/)

López, A. (2020, 3 noviembre). ▷ ¿Cómo se calcula el impuesto de sociedades? EPAE. <https://www.epae.es/calculo-del-impuesto-de-sociedades/>

Magro, J. (2022, 1 marzo). *Cómo cumplir con la Ley de cambio climático*. AENOR 2022. <https://revista.aenor.com/371/como-cumplir-con-la-ley-de-cambio-climatico.html>

Manish Karkera & Guy Griffiths (Institute for Environmental Analytics). (2021). *Show Your Stripes*. Show Your Stripes. <https://showyourstripes.info/c/europe/spain/>

marketINhouse. (2021, 30 noviembre). *Precios y Tarifas Marketing Digital*. [https://www.marketinhouse.es/precios-agencia-marketing-digital-tarifas/?\\_adin=02021864894](https://www.marketinhouse.es/precios-agencia-marketing-digital-tarifas/?_adin=02021864894)

Martinell, F. (2021, 21 enero). *La UE publica su Agenda Estratégica para la sostenibilidad textil*. Pinker Moda - Noticias del sector Textil/Moda. Recuperado 29 de enero de 2022, de <https://pinkermoda.com/ue-agenda-para-sostenibilidad-textil/>

- Martínez, C. R. (2018, 25 mayo). *¿Qué son las compañías unicornio? Un nuevo concepto en el mundo de las startups.* Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/companias-unicornio-lean-startup/>
- Martínez-Risco, J. M. (2021, 16 noviembre). Los sectores más contaminantes del planeta y sus soluciones. BREEAM ES. <https://breeam.es/sectores-mas-contaminantes-del-planeta/>
- MILANUNCIOS: segunda mano, anuncios gratis, empleo, clasificados. . . (2022). Milanuncios. <https://www.milanuncios.com>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y cooperación. (2015). *Agenda 2030.* Exteriores Gobierno de España. Recuperado 30 de enero de 2022, de <http://www.exteriores.gob.es/portal/es/politicaexteriorcooperacion/agenda2030/Paginas/Inicio.aspx>
- Ministerio de Hacienda. (2022). *Fondos de la Unión Europea : Ministerio de Hacienda.* Gobierno de España. <https://www.hacienda.gob.es/es-ES/Areas%20Tematicas/Fondos%20de%20la%20Union%20Europea/Paginas/default.aspx>
- MODAES. (2021, 25 noviembre). *El peso de la moda en el PIB baja al 2,4% en el año del Covid-19.* Recuperado 27 de enero de 2022, de <https://www.modaes.es/entorno/el-peso-de-la-moda-en-el-pib-baja-al-24-en-el-ano-del-covid-19.html>
- OCDE. (2019). *OCDE SME and Entrepreneur Outlook 2019.* Paris. <https://doi.org/10.1787/ed6d77b4-en>
- OCU. (2019, 31 octubre). *Tóxicos en la ropa: ¿cuál es su impacto?* www.ocu.org. Recuperado 2 de enero de 2022, de <https://www.ocu.org/salud/bienestar-prevencion/informe/toxicos-ropa>
- ONTSI. (2020, mayo). *Dossier PYMES mayo 2020.* <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2020-05/DossierPYMESMayo2020.pdf>
- ONU. (2015). *El Acuerdo de París | CMNUCC.* United Nations Climate Change. <https://unfccc.int/es/process-and-meetings/the-paris-agreement/el-acuerdo-de-paris>
- Parlamento Europeo. (2020, 29 diciembre). *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente | Noticias | Parlamento Europeo.* Noticias Parlamento Europeo.

Recuperado 31 de enero de 2022, de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>

Perlaica. (2022, 8 febrero). *Cómo Reciclar Ropa en H&M y conseguir cupones descuento a cambio [FÁCIL]*. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://perlaica.com/reciclar-ropa-hm>

PricewaterhouseCoopers. (2022). *Fondo Recuperación Next Generation EU - PwC España*. PwC. <https://www.pwc.es/es/fondos-europeos-next-generation/fondo-recuperacion-next-generation-eu.html>

Red17, R. (2021, 19 octubre). *Las 10 marcas de lujo de moda entre millennials y la generación Z*. Red17. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.red17.com/45300-las-10-marcas-de-lujo-de-moda-entre-millennials-y-la-generacion-z>

Reina abogados. (2021). *Marcas y Patentes Madrid – Despacho de Abogados*. [https://www.marcasypatentesmadrid.com/?gclid=CjwKCAjwrfCRBhAXEiwAnkmKmRtHottlZwypnF9RjpNg2RV3ZwlT7ZQhRp2M6iwYBSwhOVvwwFds1xoCfJ4QAvD\\_BwE](https://www.marcasypatentesmadrid.com/?gclid=CjwKCAjwrfCRBhAXEiwAnkmKmRtHottlZwypnF9RjpNg2RV3ZwlT7ZQhRp2M6iwYBSwhOVvwwFds1xoCfJ4QAvD_BwE)

Salvatierra, J. (2021, 1 marzo). *Crisis en la industria textil: un 2021 con la moda de hace un año*. El País. Recuperado 26 de enero de 2022, de <https://elpais.com/economia/2021-02-28/crisis-en-la-industria-textil-un-2021-con-la-moda-de-hace-un-ano.html>

Santos, C. (2021, 19 febrero). *Las Fases O Etapas De Una Startup*. CEMEX Ventures. <https://www.cemexventures.com/es/startup-fases-etapas/>

Selectra. (2022, 24 marzo). *Ofertas de Internet: fibra y ADSL | Tabla comparativa*. <https://selectra.es/internet-telefono/internet>

Singularcover. (2022). *¿Cuánto pagan las Pymes de impuestos en España?* <https://www.singularcover.com/blog/cuanto-pagan-las-pymes-de-impuestos-en-espana>

Sustain your Style. (2013). *Fashion & Environment*. SustainYourStyle. Recuperado 3 de febrero de 2022, de <https://es.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry#anchor-working-conditions>

Tarifasdeagua. (2021, 11 noviembre). *Precio de agua en España: Toda la información*. <https://tarifasdeagua.es/>. <https://tarifasdeagua.es/info/precio>



- The Nature Conservancy. (2019). *What is your carbon footprint?* Recuperado 24 de febrero de 2022, de <https://www.nature.org/en-us/get-involved/how-to-help/carbon-footprint-calculator/>
- Torres, A. (2021, 10 agosto). *La alta costura española: Descubre todo sobre los diseñadores y las marcas más reconocidas*. ESDESIGN. Recuperado 28 de enero de 2022, de <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenomoda/la-alta-costura-espanola-descubre-todo-sobre-los-disenadores-y-las-marcas-mas-reconocidas>
- Varela, K. (2022, 14 enero). *Tendencias en tecnología de la Industria textil*. Implementación de ERP, CRM y soluciones Microsoft. Recuperado 31 de enero de 2022, de <https://atx.mx/2020/08/27/tendencias-en-tecnologia-de-la-industria-textil/>
- Ventura, M. (2017, 8 junio). *España, donde el 'fast fashion' creció a golpe de 'macrotiendas'*. Modaes. Recuperado 1 de febrero de 2022, de <https://www.modaes.es/backstage/espana-el-pais-donde-el-fast-fashion-crecio-a-golpe-de-macrotiendas.html>
- Xirau, M. (2021, 12 mayo). *El sector de la moda en España, en cifras*. Forbes España. Recuperado 27 de enero de 2022, de <https://forbes.es/empresas/78279/el-sector-de-la-moda-en-espana-en-cifras/>
- Zaask. (2021, 27 abril). El precio hora de un programador PHP y de programadores de otros lenguajes, oscila principalmente entre 20 €/h y 60 €/h. Conoce las tarifas. <https://www.zaask.es/cuanto-cuesta/programador-php>
- Zaask. (2021, noviembre 25). El precio del diseño web parte de los 200€, pero puede aumentar en gran medida en función de la complejidad del proyecto. Conoce el desglose. <https://www.zaask.es/cuanto-cuesta/disenomoda>

## Anexos

Tabla 21. Amortización y depreciación

BIENES TANGIBLES	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos para proceso de información iniciales	20%	€ 900,00	€ 900,00	€ 1.200,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00

BIENES INTAGIBLES	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aplicaciones informáticas	20%	€ 800,00	€ 800,00	€ 800,00	€ 800,00	€ 800,00
pagina web	20%	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00
		€ 1.100,00	€ 1.100,00	€ 1.100,00	€ 1.100,00	€ 1.100,00

RESUMEN AMORTIZACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BIENES TANGIBLES	€ 900,00	€ 900,00	€ 1.200,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00
BIENES INTAGIBLES	€ 1.100,00	€ 1.100,00	€ 1.100,00	€ 1.100,00	€ 1.100,00
	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.300,00	€ 2.600,00	€ 2.600,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 22. Cuadro de amortización del primer préstamo

PRESTAMO 1:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	€ 409,74	€ 375,35	€ 339,20	€ 301,20	€ 261,26
Devolución del principal	€ 672,13	€ 706,52	€ 742,67	€ 780,66	€ 820,60
Importe total de las cuotas	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87	€ 1.081,87
Comisiones apertura	€ 170,00				

Fuente: elaboración propia

Tabla 23. Seguridad social

SEGURIDAD SOCIAL (33%)	€	-	5.544,00 €	11.088,00 €	11.365,20 €	22.730,40 €
------------------------	---	---	------------	-------------	-------------	-------------

Fuente: elaboración propia

Tabla 24. Gastos operativos mensuales

GASTOS OPERATIVOS:	Mensual
SEGUROS AUTONOMOS	€ 300,00
SERVICIO LIMPIEZA	€ 160,00
LEGAL	€ 300,00
ALQUILER	€ 500,00
SUMINISTROS	€ 150,00
OTROS	€ 100,00

Fuente: elaboración propia a partir de Infoautonomos (2022), Milanuncios (2022), Crosnoshare (2022), Idealista (2022), ComparadorLuz. (2021), Tarifasdeagua (2021) y Finetwork (2022)

Tabla 25. RRHH: Escenario 2

ESCENARIO 2	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUNDADOR 1	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
FUNDADOR 2	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
FUNDADOR 3	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
CONSULTOR 1	€ -	€ 16.800,00	€ 16.800,00	€ 17.640,00	€ 17.640,00
total	€ 50.400,00	€ 71.232,00	€ 73.953,60	€ 77.651,28	€ 79.451,62

Fuente: elaboración propia

Tabla 26. RRHH: Escenario 3

ESCENARIO 3	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUNDADOR 1	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
FUNDADOR 2	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
FUNDADOR 3	€ 16.800,00	€ 18.144,00	€ 19.051,20	€ 20.003,76	€ 20.603,87
CONSULTOR 1	€ -	€ 16.800,00	€ 16.800,00	€ 17.640,00	€ 17.640,00
CONSULTOR 2	€ -	€ -	€ 16.800,00	€ 16.800,00	€ 17.640,00
CONSULTOR 3	€ -	€ -	€ -	€ 16.800,00	€ 16.800,00
CONSULTOR 4				16800	16800
CONSULTOR 5					16800
INGENIERO 1					16800
INGENIERO 2	0	0	0	0	16800
total	€ 50.400,00	€ 71.232,00	€ 90.753,60	€ 128.051,28	€ 181.091,62

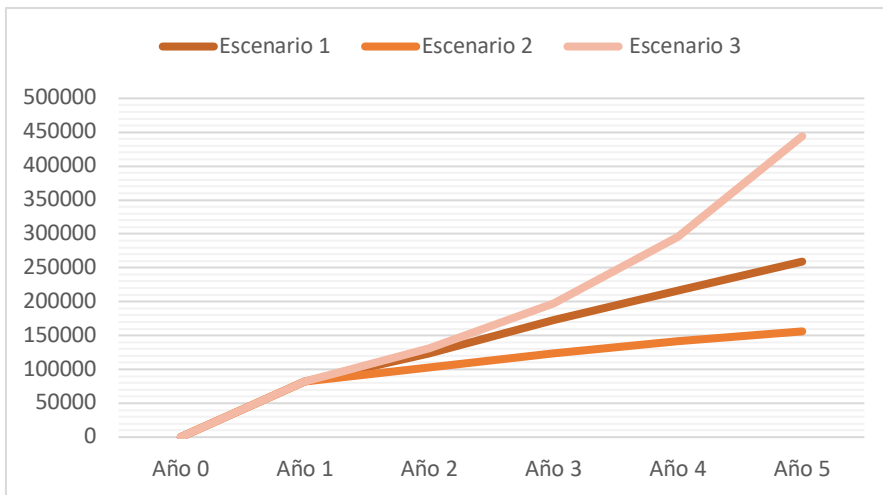
Fuente: elaboración propia

Tabla 27. Gastos operativos mensuales: Escenario 3

ESCENARIO 3	Mensual
SEGUROS AUTONOMOS	€ 300,00
SERVICIO LIMPIEZA	€ 240,00
LEGAL	€ 300,00
ALQUILER	€ 700,00
SUMINISTROS	€ 200,00
OTROS	€ 100,00

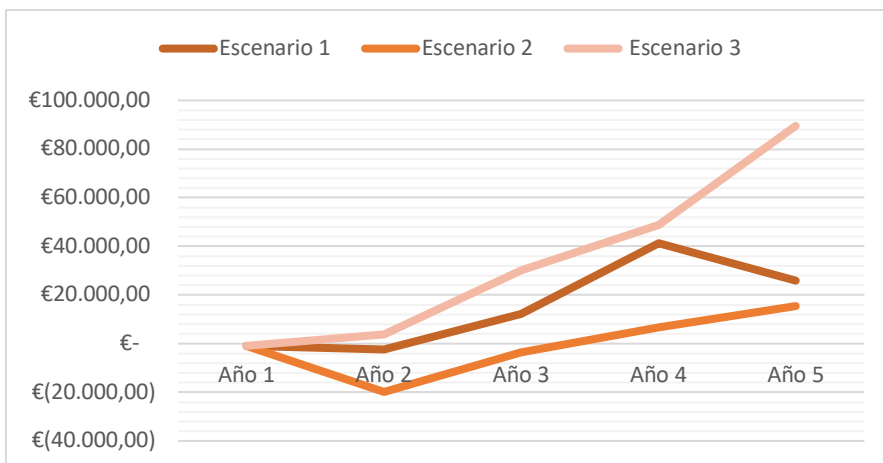
Fuente: elaboración propia a partir de Infoautonomos (2022), Milanuncios (2022), Crosnoshare (2022), Idealista (2022), Comparadorluz. (2021), Tarifasdeagua (2021) y Finetwork (2022)

Gráfico 4. Comparación de Ingresos



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5. Comparación de flujos de caja



Fuente: elaboración propia