



**55 HISTORIAS
DE EMPRENDEDORES:
DE LA IDEA INICIAL
AL PROYECTO FINAL**

Cámara
Málaga

40
ANIVERSARIO
CEM
CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA



55 HISTORIAS DE EMPRENDEDORES: DE LA IDEA INICIAL AL PROYECTO FINAL

EDICIÓN DICIEMBRE 2017

Cámara

Málaga



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

**55 HISTORIAS DE EMPRENDEDORES:
DE LA IDEA INICIAL AL PROYECTO FINAL**
PROYECTO DESARROLLADO POR:



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA



COLABORA: En la elaboración de contenidos



Diseño, maquetación e impresión Gráficas Urania

© del texto: CEM 2017

© de la edición: CEM 2017

Edición Diciembre 2017

DEPÓSITO LEGAL

MA1555-2017

Reservados todos los derechos



ÍNDICE

PRÓLOGO	8
PRESIDENTE CEM Y CEA	8
PRESIDENTE CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA	10
PRESENTACIÓN	12
1. EL PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA	15
2. ASPECTOS INICIALES SOBRE LA IDEA DE NEGOCIO	25
3. EL PLAN DE EMPRESA	45
4. EMPRENDIMIENTO Y MÁLAGA	65
5. RECURSOS PARA LAS PERSONAS EMPRENDEDORAS	75
6. NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO	95
7. 55 HISTORIAS DE EMPRENDEDORES	99
AERTEC SOLUTIONS	100
AL ANDALUS TRAVEL AGENCY	102
ALMACENES CARMONA S.A.	104
ALMENDRERA DEL SUR (ALMENSUR)	106
ANDALOES S.L.	108
ANP SERVICIO DE PREVENCIÓN AJENO S.L.	110
ARELANCE SL	112
ASTARTÉ-ESTUDIO DE ARQUEOLOGÍA	114
BE-MAKE-CREATE,S.L	116
BYPASS COMUNICACIÓN	118



ÍNDICE

CABEZUDO GESTIÓN DOCUMENTAL S.L. Y CEREZO TOPOGRAFÍA	120
CALAMITA	122
CALZADOS LA BOMBA S.C	124
CENTRO ADICCIONES MONTEALMINARA	126
CENTROLOGIC COMPUTATIONAL LOGISHC CENTER	128
CERTUS ASESORES, S.L.P.	130
COMUNIKA2 SERVICIOS EMPRESARIALES 3.0	132
CONTALENTO RECURSOS HUMANOS	134
CORTIJO EL PUNTAL DE TEBÁ S.L.	136
CRC CONSULTORES	138
D-BEAUTYGROUP	140
EDUCAJUNIOR S.L.	142
F. MORALES MANTENIMIENTO MECÁNICO, S.L.	144
FIIXIT ORTHOTIC LAB, S.L.	146
LA GARBIONDA SL	148
GESTIONA CONSULTORES Y ASESORES (ATTICO SOFTWARE)	150
GRÁFICAS URANIA, S.A.	152
GREEN GLOBE SYPA S.L.	154
GRUPO DISOFIC S.L.	156
GRUPO JESÚS GUTIÉRREZ	158
GRUPO PEÑARROYA	160
HÁBITAT COLABORATIVO, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	162
HIÁGORA. LA ESCUELA DE VENTAS	164
HIPERNET	166
HUTESA AGROALIMENTARIA, S.A.	168
INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN S.L. (PODIPRINT)	170
INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTESEL S.L.	172
JEDDINS	174
JENSEN LOCALIZATION S.L.	176



ÍNDICE

KAOKA SERVICIOS DEPORTIVOS SL (MANTENTURF)	178
BARBERIA ROCK'NROLLA	180
MANUEL NAVARRO. ARQUITECTO	182
MASKOM SUPERMERCADOS	184
MIYAVA	186
MOVION SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, S.L.	188
MUSASHI ASESORES / CONSULTORES	190
NEREA ARQUEOLOGÍA SUBACUÁTICA	192
ONSPAIN	194
PLUS ENGINEERINN S.L.	196
PROMARKETING S.L.	198
ROADMAP	200
SALITRE INGENIERIA	202
SANAMAR ALIMENTACIÓN S.L.	204
VIVIR Y MORIR EN MÁLAGA	206
WEBFERA, SOLUCIONES WEB	208
8. RECOMENDACIONES	211
9. ERRORES	221
10. LISTADO DE EMPRENDEDORES	230
BIBLIOGRAFÍA	234



Javier González de Lara y Sarria

**Presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM)
y Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)**

Desde la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), trabajamos a favor de las empresas y emprendedores de nuestra provincia, apoyando nuevas iniciativas y respaldando también el esfuerzo de aquellos negocios que, a través de los años, siguen prestando servicio a nuestra sociedad.

Esta tarea es esencial en el día a día de nuestra Organización, porque emprendedores y empresarios son quienes generan hoy y generarán mañana riqueza y desarrollo en nuestra tierra, además de numerosas oportunidades de empleo, convicción que compartimos con la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga, con la que nos une una larga trayectoria de colaboración a favor del empresariado malagueño y la promoción del espíritu emprendedor.

Con sus ideas y su perseverancia, los emprendedores y empresarios no sólo nos proporcionan bienes y servicios altamente demandados en el presente, sino que proyectan para el futuro productos que hoy ni siquiera imaginamos. Su fuerza de voluntad, el deseo de superación y de descubrir nuevas y mejores formas de hacer las cosas, son cualidades que los emprendedores no pierden nunca, a pesar del tiempo o de las dificultades.

Porque, hemos de reconocerlo, el camino de emprender no es sencillo: no se adapta a improvisaciones ni promete un éxito inmediato. Emprender, y ahí está una gran parte de su valor, es poner nuestra energía en un proyecto en el que creemos firmemente, y en el que logramos comprometer también a los demás, ya sean socios, proveedores, trabajadores o clientes.

Por ello, como Presidente de una Organización que representa a emprendedores y empresarios desde hace ya 40 años, animo al lector a hojear con detenimiento este libro, las historias de éxito y las vicisitudes que se relatan, desde el punto de vista de 55 personas que decidieron embarcarse en esta aventura. En él, sin duda, encontrará consejos y orientación, y a través de estas páginas las personas interesadas en el ámbito empresarial se verán inclinadas a hacerse inevitables preguntas sobre su propio futuro profesional.

Porque ser emprendedor implica aprendizaje constante, esfuerzo y, en muchos casos, cierto grado de sacrificio, pero también es una apuesta por uno mismo, por hacer realidad las propias ideas y por servir a los demás. Los conocimientos y las habilidades necesarias para ello quedan patentes en las experiencias narradas por nuestros 55 protagonistas, a quienes, con estas líneas y para finalizar, deseo expresar nuestra más honda gratitud por sus testimonios y su colaboración, deseándoles el mayor de los éxitos.



Jerónimo Pérez Casero

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga, siempre ha tenido una especial sensibilidad con la realidad e inquietudes emprendedoras existentes en nuestra provincia.

En este sentido, hemos estado sumamente atentos a cuantas posibilidades de colaboración permitieran impulsar el espíritu emprendedor malagueño, particularmente con la Confederación de Empresarios de Málaga, con la que mantenemos una larga etapa de cooperación que podemos considerar realmente fructífera para los sectores empresariales de nuestra provincia.

Un ejemplo más de esa colaboración lo supone este libro que recoge “55 Historias de Emprendedores” que nos presentan, de forma directa e impactante, las experiencias de unas personas que un buen día decidieron emprender un viaje lleno de incertidumbres, pero ciertamente ilusionante y repleto de expectativas de éxito a través del mundo empresarial.

En el transcurso de estos últimos años hemos ido observando el constante crecimiento del impulso de la actividad emprendedora en nuestra provincia, especialmente en lo que se refiere a nuestros jóvenes que, con una gran iniciativa creadora, son capaces de idear, proponer y decidir la puesta en marcha de nuevas empresas a la altura de nuestro tiempo, no tan sólo por su base tecnológica, sino sobre todo por su mentalidad avanzada, lo que ya es una razón esencial para que apoyemos y continuemos prestando nuestra decidida colaboración en favor de esta actividad tan vital y necesaria.

La Cámara se siente muy motivada para participar en actuaciones como la edición de este libro, que ofrece una visión muy especial de lo que supone crear una empresa, y más aún, cuando estas acciones repercuten positivamente en la formación, ampliación y potenciación de la base emprendedora de nuestra provincia.

Gracias a esta colección de historias emprendedoras podemos ver no solo qué pasos han seguido para desarrollar el proyecto empresarial, sino cómo estos emprendedores y emprendedoras se han enfrentado a los retos y obstáculos que han encontrado en el camino, solventando con mayor o menor acierto la puesta en marcha inicial, la falta de financiación y la obtención de recursos, la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y, también, los errores cometidos, puesto que de estos también hemos de aprender.

Son cincuenta y cinco magníficas experiencias que nos ayudarán a entender cuál debe ser el espíritu de esfuerzo y perseverancia que debe tener un emprendedor, sus cualidades, su capacidad de aprendizaje, de adaptabilidad, su sentido de la innovación y, en general su actitud para hacer frente a los retos y lograr hacer realidad su sueño.

Igualmente, estas historias de superación, han de servirnos a cuantas administraciones, instituciones y entidades estamos implicadas en ofrecer los apoyos necesarios para que las vocaciones emprendedoras lleguen a buen fin, para reflexionar y desarrollar cuantas iniciativas vengán a incrementar la actividad emprendedora, a la vez que trabajar en la consolidación de las nuevas empresas creadas.

Por todas estas razones, y porque aún no hemos terminado de salir completamente de esa crisis que tan difícil les ha hecho las cosas a nuestras empresas, especialmente a las pequeñas y medianas, que son el verdadero motor de la economía de nuestro país, necesitamos mantener una promoción constante de las vocaciones emprendedoras y hemos de conseguirlo con esfuerzos conjuntos y aprendiendo de las experiencias.

En este camino nos encontramos la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga y la Confederación de Empresarios, que ponen su empeño en ofrecer a los emprendedores y empresarios malagueños servicios y herramientas útiles que favorezcan y ayuden al desarrollo de la actividad económica y empresarial provincial, siempre en beneficio de la creación de empleo y riqueza como fuente fundamental del bienestar social.

PRESENTACIÓN

Estimados lectores:

Estáis delante de un libro que seguramente no puede dar respuesta a la manida pregunta de “¿soy un emprendedor?”. Lo seas o no, te vas a encontrar con los relatos de emprendedores y empresarios (a los cuales me gusta llamar “*empresari@s*”), que te van a contar su experiencia y que te permitirá reflexionar sobre aquellos temas que te rondan en la cabeza.

El presente manual pretende ampliar y aportar una perspectiva sobre cuáles son las principales barreras y obstáculos con los que el emprendedor malagueño se encuentra y ha encontrado en su camino de creación y consolidación empresarial.

Durante cuatro meses hemos llevado a cabo la realización y organización de una encuesta a los emprendedores malagueños, así como entrevistas personalizadas, con el objetivo de valorar la percepción respecto a su proyecto y cuyo testimonio pueda servir de acicate.

El objetivo del estudio y en concreto de la encuesta ha sido tener una segmentación detallada de los testimonios con el fin de poder determinar los aspectos más significativos de cada relato.

Existe una parte descriptiva con el nombre de la empresa, responsables y descripción de los productos y/o servicios ofrecidos. Se trata, en conjunto, de un análisis tanto de empresas de servicios (70% de las empresas) como industriales o con una manufactura productiva (30% de las empresas) reflejando así la fotografía del tejido empresarial malagueño.

A la vez consideramos los perfiles para valorar los diferentes sectores de nuestra provincia: agroalimentario, nuevas tecnologías, formación, asesoría y consultoría a empresas, imagen personal, medio ambiente, artesanía, turismo y arqueología.

No cabe duda de que el tejido empresarial malagueño no difiere en gran medida del resto del Estado y que se compone en su mayoría por pequeñas empresas y Málaga sigue siendo una de las ciudades españolas donde se percibe un ambiente más favorable para desarrollar oportunidades de negocio.

En este estudio, se profundiza, no sólo en las reflexiones de nuestros entrevistad@s sino también en aportar otra visión sobre las oportunidades de negocio existentes en Málaga y su provincia.

Esta idea es la que tienen en cuenta tanto la Confederación de Empresarios de Málaga como la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga a la hora de ofrecer importantes aspectos que mejoren o faciliten el entorno en el que interactúan l@s emprendedor@s.

En cuanto a las entrevistas a los responsables implicados se han contactado con el fin de recibir en primera persona las impresiones sobre el funcionamiento real de la empresa, entre otros, con aquellos cuyo testimonio nos ofreciera toda la información para poder analizarla.

Todos nuestros amigos han hecho una introspección y autoanálisis sobre qué habrían cambiado si pudieran volver atrás, o simplemente cuentan cómo han llegado a estar dónde están, cual ha sido el camino recorrido y sobre todo qué te dirían si te tuvieran delante para darte un par de buenos consejos.

La conclusión del libro es que no existe una varita mágica para sacar el conejo de buen emprendimiento. Cada uno de ellos han tenido un sombrero diferente: unos con chistera de felpa, otros son sombrero de paja y algunos de ellos con gorra quitasol. Algunos han atizado al aire del emprendimiento con varita fina de madera de olmo, otros con palo de astillas, incluso algunos con bate de beisbol, pero todos tienen algo en común: han esperado que del sombrero saliese un conejo blanco como un peluche mullido, su proyecto, su empresa, su ilusión...

1

EL PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

1. INTRODUCCIÓN: LA EVOLUCIÓN DEL TÉRMINO EMPRENDEDOR@

No siempre el término emprendedor@ ha sido concebido de la misma forma ni ha tenido el mismo significado. De hecho, la vinculación de los términos emprender, emprendimiento o emprendedor@ al fenómeno de la **innovación**, y por tanto de la **creatividad**, es relativamente reciente.

En cuanto al origen del término **emprendedor@**, la literatura existente sobre la materia lo vincula estrechamente con el vocablo francés **“entrepreneur”** (pionero) que aparece a principios del siglo XVI haciendo referencia a los aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en búsqueda de oportunidades de vida sin tener ninguna certeza acerca de qué les esperaba allí.

Posteriormente, a principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a los arquitectos y a los constructores de puentes y caminos.

En un sentido más vinculado a la economía, el término emprendedor@ fue acuñado por primera vez por el economista **Richard Cantillon** en el año **1755** definiéndolo como:

«la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, tomando decisiones acerca de la obtención y uso de recursos admitiendo el riesgo en el emprendimiento».

Como se puede observar, Cantillon hace énfasis en el proceso de **enfrentar la incertidumbre**.

Para nuestra guía, existe una palabra que podría adaptarse a ese acto del que hablamos: **Emprencipiá: principar, empezar, emprender: “hombre que las cosas se deben emprencipiá por el principio” Diccionario del habla malagueña. Enrique del Pino 2006. Edit. Almuzara.**

Desde que se localizan estas primeras alusiones al término emprendedor@, su significado ha ido evolucionando.

Así, en 1803, el economista **Jean-Baptiste Say** ofrece una de las definiciones más aceptadas del término *entrepreneur* como aquella persona que *«dirige una empresa, especialmente un contratista, actuando como intermediario entre el capital y el trabajo».*

Esta concepción perdurará hasta comienzos del S. XX, momento en el que **J.A. Schumpeter** (1934) ofrece una definición en la que se destaca el papel de la **innovación** y del **riesgo** en el crecimiento económico y, por tanto, reconoce y sitúa al emprendedor¹ en el centro del sistema económico.

De hecho, afirma que son los emprendedor¹s quienes *«implementan ese cambio de manera práctica»*, añadiendo además que *«la clave de este concepto es la capacidad de transformar innovaciones desde un invento a un producto práctico, lo que implica un alto riesgo económico»*.

Para Schumpeter, por tanto, la **innovación** es la motivación del *entrepreneur*. *La ganancia proviene del cambio y el cambio es producido por el empresario innovador.*

Es así como la definición del concepto de emprendimiento, así como la comprensión del fenómeno, se van aproximando a la percepción que prevalece actualmente y que relaciona el emprendimiento con la **innovación** y la **creatividad**, dejando en un plano secundario las connotaciones más económicas del hecho de crear una empresa o ser empresari¹.

Para comprender este matiz que diferenciaría a empresari¹s de l¹s emprendedor¹s suele utilizarse el ejemplo del fundador de la compañía Ford Motor Company, **Henry Ford**:

Ford no era un emprendedor cuando en 1903 comenzó a fabricar automóviles, sino que se convirtió en tal en 1908-1909 cuando comenzó a producir el modelo "T" e introdujo la producción en cadena.

La persona emprendedora, por tanto, deja de considerarse principalmente un empresari¹ que asume un riesgo económico para ser un **empresari¹ innovador¹**.

Pero **¿cómo detectamos o identificamos a un emprendedor¹ innovador¹?** El primer paso es conocer qué cualidades y características se asocian al espíritu emprendedor y están presentes, en mayor o menor grado, en las personas emprendedoras.

2. CUALIDADES Y CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS EMPRENDEDORAS

Así, para determinar la presencia del “*gen emprendedor*” es posible mencionar algunas características y cualidades que deberían estar presentes en la personalidad de todo emprendedor@ (no nos referimos únicamente a las personas que toman la decisión de emprender un negocio, sino a aquellas personas que muestran iniciativa, actitud o espíritu emprendedor al afrontar las diferentes facetas de su vida) y, de no ser así, trabajar para adquirirlas o potenciarlas a través de la formación y el entrenamiento:

- » *Optimismo*
- » *Creatividad e innovación*
- » *Intuición*
- » *Visión de futuro*
- » *Orientación al logro*
- » *Claridad de ideas y saber priorizar*
- » *Independencia e iniciativa*
- » *Afán de superación y aprendizaje*
- » *Flexibilidad o capacidad de adaptación a cambios y situaciones nuevas*
- » *Capacidad para asumir y afrontar riesgos*
- » *Resistencia al fracaso*
- » *Control emocional*
- » *Habilidades para la comunicación, la socialización y la negociación*
- » *Dotes de liderazgo*
- » *Seguridad en sí mismo*
- » *Tenacidad y persistencia*

Por su parte, la iniciativa empresarial se relaciona con la capacidad de emprender un negocio, es decir de generar autoempleo, poniendo en juego para ello todas las cualidades anteriores.

Y, en este sentido específico, los resultados del *Barómetro del emprendedor de éxito*¹ basados en el análisis de un grupo de emprendedor@s de éxito, apuntan a *nueve cualidades estrella* y afirma que todas ellas están presentes en mayor o menor grado en el carácter y la personalidad de las personas emprendedoras que deciden poner en marcha una iniciativa empresarial:

1. Elaborado por MIT Technologie Review en español y Chivas. Año 2016.

1. **PERSEVERANCIA:** cualidad que alude a la capacidad de la persona emprendedora para mantener la constancia en su proyecto, aún cuando las circunstancias le son adversas.
2. **PASIÓN:** se trata de una cualidad imprescindible. La persona emprendedora debe sentir pasión por su proyecto como condición para depositar la *entrega* y la *dedicación* que éste le exigirá.
3. **DETERMINACIÓN:** es la capacidad para identificar y priorizar los objetivos, así como para tomar decisiones de forma efectiva.
4. **VISIÓN:** esta cualidad alude a la intuición o perspicacia para identificar una oportunidad donde otros no la ven o para definir una estrategia de éxito.
5. **FLEXIBILIDAD:** es la capacidad para reaccionar y adaptarse a los cambios que se producen en su entorno.
6. **CREATIVIDAD:** cualidad clave relacionada con la capacidad para generar nuevas ideas, nuevos métodos, nuevas soluciones, etc.
7. **SOCIABILIDAD:** se trata de una habilidad para comunicarse y relacionarse con las personas del entorno, para crear una red de contactos y para despertar la confianza y credibilidad en su proyecto.
8. **BUENA COMUNICACIÓN:** habilidad para la expresión eficaz de información, opiniones, ideas, etc.
9. **EDUCACIÓN:** es una cualidad que hace referencia a la educación formal, pero sobre todo al *saber estar* que permiten a la persona emprendedora poder desenvolverse con éxito en diferentes contextos (social, profesional, institucional, etc.).

El **Barómetro del emprendedor de éxito** añade a estas cualidades estrella 4 rasgos de personalidad adicionales:

- » **OPTIMISMO:** este rasgo de la personalidad permite a la persona emprendedora juzgar los acontecimientos o las circunstancias en su aspecto más favorable viendo en un problema una oportunidad.
- » **GENEROSIDAD:** rasgo de la personalidad que lleva a considerar que el éxito debe compartirse con el resto de la sociedad contribuyendo a la creación de riqueza y a la mejora de las condiciones de vida de su comunidad.
- » **HUMILDAD:** rasgo psicológico que propicia una actitud autocrítica constructiva y de aprendizaje permanente.
- » **EQUILIBRIO:** esta cualidad se relaciona con la fortaleza mental y la resistencia emocional que permitirá a la persona emprendedora mantener la serenidad en situaciones de tensión, dificultad o crisis.

Para la persona emprendedora, el primer paso para detectar estas cualidades y rasgos de personalidad es conocerse a sí misma.

En efecto, el autodiagnóstico de la capacidad emprendedora implica la realización de un ejercicio de sinceridad, realismo y honestidad que permitirá a la persona emprendedora conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades y, por tanto, qué aspectos de su carácter y personalidad necesitan ser potenciados para emprender un negocio con mayores garantías de éxito.

Los emprendedor@s pueden valerse de determinados instrumentos de diagnóstico y evaluación diseñados específicamente para identificar si en el carácter y personalidad de una persona emprendedora están presentes estas cualidades y rasgos de personalidad.

De hecho, existen numerosos test y herramientas de autodiagnóstico útiles tanto para emprendedor@s como para asesor@s, ya que los resultados de dichas pruebas de diagnóstico aportan información acerca de qué aspectos sería necesario potenciar diseñando, por ejemplo, itinerarios específicos de ayuda que contemplen la asistencia a cursos, charlas, jornadas, etc.

Un ejemplo se puede extraer del test de la capacidad emprendedora del libro titulado **“Diagnóstico: soy emprendedor, ¿seré empresario?”**, proyecto elaborado conjuntamente por la **Confederación de Empresarios de Málaga** y la **Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga** (año 2012).

Una vez realizado el diagnóstico de la capacidad emprendedora, también denominada competencia emprendedora, es necesario interpretar los resultados desde la perspectiva de la identificación de aquellas capacidades que sería necesario estimular o potenciar.

En este sentido, la formación en competencias orientadas al emprendimiento consiste en entrenar determinadas cualidades y habilidades que, como describíamos anteriormente, se encuentran presentes en el espíritu emprendedor y que se pueden agrupar en:

ESPÍRITU EMPRENDEDOR: CUALIDADES Y HABILIDADES		
Cualidades personales	Habilidades sociales	Habilidades de dirección
<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Autonomía • Espíritu de superación • Perseverancia • Autocontrol • Confianza en sí mismo • Sentido crítico • Creatividad • Asunción de riesgo • Flexibilidad • Espíritu investigador e innovador • Responsabilidad • Motivación de logro • Espíritu positivo • Capacidad de decisión • Autodisciplina 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Actitudes tendentes a la cooperación • Capacidad de comunicación • Capacidad para relacionarse con el entorno • Sensibilidad a las necesidades de los otros • Capacidad para exponer y defender las propias ideas ante los demás 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación, toma de decisiones y asunción de responsabilidades • Capacidad para afrontar los problemas y encontrar soluciones • Capacidad de persuasión • Capacidad de liderazgo • Capacidad para la organización y optimización de recursos

Fuente: *El espíritu emprendedor, motor de futuro. Guía del profesor*. Ed. Secretaría General de Educación y Formación Profesional. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Madrid.

- » **Las cualidades personales:** Entrenar estas cualidades para estimular el espíritu emprendedor supone potenciar la autoconfianza, la motivación, la autocrítica y la actitud de aprendizaje permanente.
- » **Las habilidades sociales:** El entrenamiento en el área de las habilidades sociales implica estimular y desarrollar actitudes de cooperación, colaboración y de trabajo en equipo, así como la flexibilidad y capacidad de adaptación a situaciones y roles cambiantes.
- » **Las habilidades empresariales:** El entrenamiento en habilidades empresariales implica potenciar la independencia y la iniciativa personal, la creatividad y la capacidad para asumir riesgos. Este entrenamiento debe hacer énfasis en estimular y potenciar, asimismo, las habilidades de dirección que se manifiestan en la capacidad de planificación, de adopción de decisiones y asunción de responsabilidades, de dirección de personas y equipos, así como de habilidades comunicativas.

3. ¿SOMOS TOD@S EMPRENDEDOR@S?

Del mismo modo que no todas las personas tienen las mismas cualidades y características para, por ejemplo, desempeñar determinadas profesiones (veterinaria, docencia, medicina, psicología, policía, etc.), no todas las personas tienen las características y cualidades que le pueden llevar a ser emprendedor@ de éxito.

Según dicen para la persona emprendedora, el primer paso para detectar estas cualidades y rasgos de personalidad es conocerse a sí misma.

Todas estas cualidades deberían estar presentes en las personas que tienen iniciativa emprendedora.

Aunque nos quieran inculcar lo contrario, existen personas que no tienen ningún afán de superación, otras carecen por completo de intuición y otras las dotes de liderazgo las tienen aparcadas desde su nacimiento.

Las podríamos llamar las “personas soporte” del emprendimiento.

Estas son tan importantes o más que las “personas clave” del emprendimiento.

Son las piezas del puzzle que encajan perfectamente:

- » Es el programad@r informático que desarrolla la aplicación de la mente inquieta que tiene la idea.
- » Es el/la profesional de hostelería que atiende amablemente en el restaurante del empresario innovador.
- » Es el/la técnic@ de laboratorio que analiza cuidadosa y meticulosamente las muestras enviadas por las mentes inquietas que luego sacarán sus informes novedosos de conclusiones.
- » Es el/la profes@r que tiene un discurso didáctico y apasionante pero que carece por completo de la visión de una plataforma tecnológica desarrollada por frikis de la programación.

Seguramente no todo el mundo es “emprendedor@”, no todo “emprendedor@” llega a empresari@, y sobre todo que no pasa nada: que cada uno juega su rol igual de trascendental.

4. PERFIL DE LAS PERSONAS EMPRENDEDORAS

La literatura existente sobre el análisis del perfil de la persona emprendedora señala tres aspectos clave:

- » El **perfil sociodemográfico**: edad, sexo, nivel educativo, experiencia profesional, estatus socioeconómico, etc.
- » El **perfil psicológico**: rasgos o cualidades personales y empresariales como la confianza en sí misma, el compromiso, el afán de superación, etc.
- » El **perfil sociológico**: se relaciona con el entorno, el contexto o las circunstancias de la persona emprendedora.

Estas tres facetas del perfil de la persona emprendedora intervienen conjuntamente estimulando, o no, el espíritu emprendedor y la capacidad para emprender.

Hasta el momento no habíamos considerado la importancia del entorno de la persona emprendedora. Sin embargo, es necesario destacar su importancia y enfatizar la necesidad de que los emprendedores indaguen para conocerlo, puesto que en el entorno puede encontrarse el detonante de la decisión de emprender.

En este enfoque se enmarcan la conceptualización de los factores “push” y “pull”:

- » **Factores push**: cuando la decisión de emprender un negocio está motivada por factores push, la motivación puede derivarse de una insatisfacción con el trabajo actual, del desempleo, de la ausencia de perspectivas de crecimiento profesional, o de una insatisfacción con la empresa u organización actual, etc.
- » **Factores pull**: cuando la decisión de emprender un negocio está motivada por factores pull, la persona emprendedora puede perseguir la independencia, alcanzar un objetivo o meta empresarial, libertad, deseo de reconocimiento social, contribuir a la innovación, etc.

Por tanto, la persona emprendedora puede tener perfiles muy diferentes atendiendo a su:

- » Carácter y personalidad.
- » Razón o motivo que origina su decisión de emprender un negocio.
- » Forma de dar solución a la oportunidad de negocio identificada.

La combinación en diferente grado de estos aspectos da lugar a la identificación de diferentes perfiles de personas emprendedoras:

Eduardo Remolins, en su libro *“El arte de crear riqueza”* identifica OCHO PERFILES de emprendedor@s:

- » **VISIONARI@:** se caracteriza por su capacidad para identificar tendencias que serán éxito en el futuro, se adelanta a las circunstancias del presente y vuelca sus esfuerzos en proyectos, sectores o productos que serán la clave en el futuro.
- » **INVERSIONISTA:** emprende persiguiendo la rentabilidad de su dinero invirtiendo en proyectos, sectores o productos novedosos o innovadores. Suele adoptar en el proyecto el rol de socio capitalista.
- » **ESPECIALISTA:** tiene un perfil técnico y amplios conocimientos del sector que domina.
- » **PERSUASIV@:** tiene capacidad para atraer y convencer. Si emprende en grupo suele liderar el equipo y ser su cabeza visible.
- » **INTUITIV@:** tiene olfato y pasión por los negocios. Tiene una cualidad innata para identificar dónde hay una oportunidad de negocio.
- » **EMPRENDEDOR@ EMPRESARI@:** conoce el mundo de los negocios, asume el riesgo de emprender no porque le atraiga la aventura de emprender sino porque persigue la consolidación de su proyecto.
- » **EMPRENDEDOR@ OPORTUNISTA:** detecta una oportunidad de negocio y vuelca sus esfuerzos en ponerla en marcha. Sabe identificar oportunidades y conoce profundamente las reglas del mercado.
- » **EMPRENDEDOR@ VOCACIONAL:** emprender es una constante en su vida y, posiblemente, cuando alcance el éxito de su proyecto ya estará pensando en la siguiente aventura emprendedora.

Quizás podamos incluir en la lista de Remolins, el **EMPRENDEDOR POR NECESIDAD**: Cuando se ejecuta una idea de negocio de forma que no cabe una reflexión profunda, sin el total conocimiento de su potencial en el mercado. Se puede decir que este tipo de emprendimiento es una aventura empresarial que se lleva a cabo por aquellos que buscan solucionar algún tipo de dificultad financiera o salir del desempleo.

2

ASPECTOS INICIALES SOBRE LA IDEA DE NEGOCIO

1. TIENES UNA IDEA DE NEGOCIO, ¿ES VÁLIDA?

En el capítulo anterior dejamos constancia de que las posibilidades de éxito de un proyecto emprendedor dependen en gran medida de las cualidades y habilidades de la persona que ha decidido emprender dicho proyecto, así como de su motivación, de su grado de compromiso, de su determinación e iniciativa para defender y hacer realidad su idea de negocio.

Es un error centrar toda la atención en ponderar la validez de una idea de negocio sin tener en cuenta a la persona, o al equipo, que hay tras dicha idea. El siguiente paso será evaluar la idea de negocio. Y, para ello, partiremos de una premisa fundamental:

“Todas las ideas de negocio no son válidas para crear un negocio o una empresa a partir de ellas”

Para que una idea de negocio sea válida es necesario que la persona emprendedora pueda contestar afirmativamente a los siguientes interrogantes que le planteamos:

- » ¿Tu idea de negocio da respuesta, satisface o **cubre una necesidad** existente en el mercado?
- » ¿Tu idea de negocio **es rentable**?
- » ¿Dispones de los medios y recursos para desarrollar tu idea de negocio? En otras palabras, ¿ **tienes capacidad técnica** para desarrollar tu idea de negocio?
- » ¿Tu idea de negocio **es innovadora**?

Por tanto, una idea de negocio se considerará válida para emprender un negocio o crear una empresa a partir de ella cuando es posible verificar que:

- » La idea responde a la identificación de una oportunidad de negocio existente en el mercado.
- » Existen clientes potenciales que estén dispuestos a pagar por el producto o servicio que se desea comercializar.
- » Es posible comercializar el producto o servicio obteniendo un determinado margen de beneficio o rentabilidad.
- » El emprendedor dispone de la capacidad (conocimientos, experiencia, medios y/o recursos) para crear su producto o servicio y colocarlo en el mercado.
- » La idea presenta una ventaja competitiva respecto a los mismos productos y servicios ya existentes en el mercado, es decir, respecto a su competencia.

2. ¿CÓMO IDENTIFICAR UNA IDEA DE NEGOCIO?: FUENTES DE INSPIRACIÓN

Una idea de negocio surge de la identificación de una oportunidad en el mercado. Pero ¿cómo podemos orientar a las personas emprendedoras para que identifiquen una oportunidad de negocio en su entorno?

Las fuentes de inspiración de ideas de negocio más habituales suelen ser las siguientes:

- » La **calificación académica** de la persona emprendedora: el hecho de contar con formación académica, con su correspondiente **titulación oficial**, que cualifica a la persona emprendedora para desempeñar una profesión por cuenta propia puede llevarle a tomar la decisión de emprender su propio negocio en lugar de trabajar por cuenta ajena. Y, en este caso, los ejemplos de negocios que podrían citarse son innumerables: consultas médicas de diferentes especialidades (odontología, dermatología, ginecología, etc.), talleres de reparación de vehículos, peluquerías, estudios de arquitectura, asesorías fiscales, gabinetes de abogados, etc.

*Este es el caso de **José María Casero** de **On Spain**, la idea de una Agencia especializada en enviar españoles a estudiar idiomas al extranjero, terminó siendo todo lo contrario, recibiendo estudiantes extranjeros de español en Málaga.*

- » La **experiencia profesional previa** trabajando por cuenta ajena es una fuente de inspiración de ideas de negocio para muchas personas emprendedoras que han adquirido un profundo conocimiento de su sector de actividad, así como habilidades en el desempeño de su profesión, y detectan una oportunidad que les puede permitir emprender su propio negocio de forma independiente. Por ejemplo, necesidades expresadas por sus clientes, innovación en la forma de prestar el servicio, mejoras en el producto, etc.

*Nuestro amigo **Brian H. Jensen** de **Jensen Localization S.L.** parte de la experiencia previa e indica: “Mi idea inicial fue crear una de las diez mejores agencias de traducción del mundo con muchas sucursales localizadas en países estratégicos. El resultado actual fue una empresa con tres sucursales europeas que se encuentra dentro de las 35 mejores agencias de traducción de Europa occidental”.*

José López de Al Andaluz Travel Agency señala su idea de “Crear una agencia de viajes que saliera fuera de los estándares habituales y se centrara en la vivencia y experiencia del visitante y dar soportes a otras empresas exteriores con el know how de destino adquirido durante varios años”.

Oscar Pereira de Garbionda: La idea surge cuando estoy trabajando en el sector de conservación de carreteras y detecto que más del 80% de las biondas que estábamos sustituyendo estaban bien en cuanto a su forma, pero no a su estado de conservación. Así que me pongo a investigar y desarrollo un sistema que patento de una maquinaria para limpiar estas infraestructuras. La idea va cogiendo forma y concitó a un equipo de trabajo para desarrollar un prototipo.

- » La **identificación de cambios** que se producen en el entorno como tendencias sociales y cambios sociodemográficos: se trata de ideas de negocio que surgen a partir de observar cambios sociales como el descenso de la natalidad, el envejecimiento de la población, necesidades de salud y bienestar, las tendencias de la emigración, etc.

*La idea inicial coincide con la actual, somos un centro privado de ingreso para la recuperación con pacientes de adicciones, alcohol, cocaína, heroína, cannabis, etc. Además contamos con un centro ambulatorio en el centro de la ciudad para el seguimiento posterior de los pacientes. **Nuria Garcia.** Centro Adicciones MonteAlminara.*

En este sentido, ya es un clásico citar la incorporación de la mujer al mercado laboral como uno de los grandes cambios sociales que dio origen a numerosas ideas de negocio encaminadas a facilitar la vida de la mujer trabajadora (tintorerías, productos precocinados, empresas de servicio doméstico, servicios de canguros, etc.).

Una fuente de inspiración de ideas de negocio es la observación de cambios y nuevas tendencias en los hábitos de uso del tiempo de ocio por parte de la población que, por ejemplo, ha dado lugar al nacimiento de empresas culturales, empresas organizadoras de actividades deportivas, de deporte de aventura, de turismo rural, centros de enseñanza artística, etc.

*Esta es la idea de **Jose Joya**: "ROADMAP ha asumido su carácter de **Emprendedor Social**: personas que desarrollan soluciones innovadoras con un alto impacto social. Ideas que, al ser implantadas resulten sencillas y atractivas, y que sean capaces de cambiar la forma en la que una sociedad percibe y define un tema en particular, la **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**."*

***Carmen Deza** de **Educajunior SL**, "Empresa de servicios para la comunidad educativa. Aprovechando cualquier momento como espacio educativo/creativo y creyendo firmemente en nuestra filosofía de educar/creando".*

- » La **innovación y desarrollo tecnológico** ha sido, es y será una fuente de inspiración constante de ideas de negocio. Así, la aparición de internet y su posterior generalización en los hogares de la población ha sido fuente de inspiración de numerosos negocios que utilizan la red como canal para llegar a sus clientes.

*"En la actualidad somos una ingeniería aeronáutica que trabaja en aeropuertos, industrias aeroespaciales y defensa. Trabajamos como consultores, ingenieros de planificación y diseño y como desarrolladores e integradores de sistemas." **Antonio Guillamon**, **AERTEC**.*

*"La idea inicial era hacer una librería de apoyo para programadores y se ha convertido en un sistema de gestión completo con módulos. Poner a disposición de la comunidad una aplicación que no existía y que ha llevado muchos años de programación. **Codenerix** hace la vida más fácil a jóvenes, programadores informáticos y empresas". **Juanmi Taboada**, **CODENERIX***

- » La **investigación y explotación** de fuentes de energía sustitutivas de las actuales – las energías renovables – y la concienciación medioambiental de la población, son fenómenos que están inspirando el nacimiento de numerosos negocios de consultoría medioambiental, agricultura ecológica, moda sostenible, alimentación saludable, educación medioambiental, comercio sostenible, etc.

La idea inicial era combinar las 3 ingenierías de las 3 socias/hermanas: Ingeniería electrónica, civil y telecomunicaciones para hacer proyectos de Smart building, Smart cities, incluyendo la eficiencia energética, domótica, IT, I+D, etc... Actualmente nos hemos focalizado en una sola línea que es nuestro fuerte: la integración de productos y soluciones basados en tecnología RFID (Identificación por Radiofrecuencia). Nuestra visión sigue siendo aportar soluciones para un mundo con ciudades y ciudadanos más "Smart" que integre la tecnología, la eficiencia energética y de procesos y el confort. Pero ahora sabemos que todo no se puede hacer a la vez. Primero un paso, luego otro, luego otro y así,... **Yureski Rojas Rincón**, Plus Engineering.

En cuanto a la creciente sensibilización medioambiental de la población, ésta ha sido fuente de inspiración de ideas de negocio que persiguen la reducción de la contaminación, el respeto y el cuidado del medioambiente. Así, por ejemplo, se han consolidado iniciativas vinculadas con la eliminación de residuos medioambientales, la artesanía, el reciclaje de materiales y productos, el uso alternativo de productos, etc.

Nuestra empresa ofrece a todos los que desean beneficiarse de las excelentes propiedades del Aloe Vera de Andalucía una gama de cosméticos naturales creada exclusivamente para cuidar todos tipos de pieles (cuidados faciales/corporales/solares). **Antonio Cañas de Andaloés**.

Hábitat Colaborativo es una cooperativa de interés social en la que tienen cabida todas las personas que quieran colaborar para transformar el mundo en el que habitan, para hacerlo más humano creando valor para toda la sociedad, preservando el medio ambiente y luchando contra el cambio climático; impulsando un desarrollo económico sostenible por y para las personas. **José Carlos Rodrigo de Hábitat Colaborativo**.

- » Realizar un viaje a un país extranjero puede ser fuente de inspiración de ideas de negocio que son susceptibles de ser importadas al propio país de forma idéntica o realizando en ellas pequeñas adaptaciones para que tengan mayor aceptación por parte de la población.

Suele citarse que, precisamente, un viaje por Europa fue la inspiración para el promotor del primer videoclub que se abrió en España en el año 1981, **Video Instan** en Barcelona.

- » La **externalización** de servicios: la tendencia creciente de las empresas que consiste en volcar todos sus esfuerzos en su actividad productiva específica y contratar a profesionales a otras empresas para que les presten los servicios de gestión de personal, gestión contable, comunicación corporativa, logística, limpieza, mantenimiento informático, seguridad y protección de datos, etc. da lugar a la inspiración de ideas de negocio por parte de personas emprendedoras que pueden prestar estos servicios.

*Este es el caso de Kaoka Servicios Deportivos SL, tal y como nos señala **José Antonio Baron**, la empresa nació en 2007 con la misión de prestar servicios deportivos, actividades deportivas escolares, socorrismo y campamentos. La crisis económica nos hizo transformar nuestro negocio cuando contábamos con 30 empleados, y 10 años después nuestro mayor activo es Mantenturf, convirtiéndonos en una empresa de referencia en superficies deportivas de césped artificial.*

- » La **privatización** de determinados servicios que eran prestados por la Administración Pública como, por ejemplo, en el ámbito de la asistencia médica o las comunicaciones, también es fuente de inspiración de ideas de negocio y creación de empresas.

*Tal y como señala **Rocio Cabezudo** de Cabezudo Gestión Documental S.L. (KbDoc y Cerezo Topografía), empresa de Guarda y Custodia de Archivos, Digitalización y Destrucción Certificada (KbDoc) y Asesoría Urbanística (Cerezo Topografía).*

- » Para finalizar, la **implementación de requisitos legales**, que hace que muchas empresas necesiten el asesoramiento y apoyo para su cumplimiento.

*Así nos comenta **Juan Luis Cebrián** de ANP servicio de prevención ajeno: Tras la publicación de la ley 31/95 de Prevención de riesgos laborales, y el RD 39/97, donde se creaba la obligación de gestionar la prevención en la empresa, dando 4 posibilidades al empresario de hacerlo, una de ellas era la de la contratación de un servicio de prevención ajeno, que en aquel momento no existían.*

En términos prácticos, a continuación, ofrecemos una tabla que pueden utilizar los emprendedores para ayudar a reflexionar sobre qué ideas de negocio podrían emprender.

FUENTE DE INSPIRACIÓN	DESCRIPCIÓN	IDEA DE NEGOCIO
¿Tienes algún recurso que puedas explotar? (Local, vehículo, terreno, etc.)		
¿Qué conocimientos tienes? (Título académico o conocimientos adquiridos por la práctica laboral)		
¿Qué habilidades tienes? ¿Qué se te da bien?		
¿Conoces y tienes experiencia profesional en algún sector concreto?		
¿Qué características te distinguen y te diferencian positivamente?		
¿Cuáles son tus aficiones? (Aficiones, pasiones, gustos, etc.)		
En tu entorno, ¿has observado algún problema, necesidad, algo que debería existir para resolverlo o para que vaya mejor, etc.?		
¿Tienes contactos? ¿De dónde proceden? ¿En qué te podrían ayudar si emprendes un negocio?		
¿En tu entorno se ha producido un cambio normativo o está previsto que se apruebe nueva normativa?		
¿Qué tendencias observas en tu entorno? (Familiares, amistades, padres/madres de los compañeros de colegio de tus hijos, compañeros del gimnasio, nuevos hábitos, nuevos productos, etc.)		
¿Qué está pasando en localidades parecidas o cercanas a la tuya?		
¿Qué negocios te han llamado la atención? (Internet, prensa, televisión, amistades, etc.)		

Como se puede observar, la tabla persigue despertar la reflexión y ayudar a identificar oportunidades de negocio que tienen como punto de partida aspectos que se encuentran presentes en el entorno más próximo de la persona emprendedora y sobre los que quizá no se haya percatado: conocimientos, experiencia, habilidades, aficiones, contactos, etc.

En síntesis, todo proyecto emprendedor debe partir de una idea de negocio que se deriva de la identificación de una oportunidad detectada en el mercado. La fuente de inspiración es siempre un profundo conocimiento del sector del mercado en el que se insertará la idea de negocio. Sólo de este modo será posible detectar necesidades no satisfechas, huecos no cubiertos por el mercado, ventajas competitivas, etc.

Para construir una idea de negocio válida, la persona emprendedora debe conjugar conocimiento, motivación, habilidades, experiencia, todo ello unido a grandes dosis de **creatividad** e **innovación**.

Decir esto a las personas emprendedoras en la mayoría de las ocasiones no hará más que despertar sus temores, su incertidumbre o su inseguridad. Entonces, ¿cómo despertamos esta capacidad creativa innata? ¿Cómo activamos el pensamiento creativo en la identificación de oportunidades de negocio? Veámoslo a continuación.

3. TÉCNICAS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD EN LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Un buen consejo para empezar a estimular la creatividad es mantener una actitud de observación y cuestionamiento de la realidad. Por ejemplo, a las personas emprendedoras se les puede orientar en su búsqueda de ideas y oportunidades de negocio aconsejándoles que se planteen interrogantes como:

- » *¿Se podría mejorar este producto/servicio?*
- » *¿Este producto/servicio tiene algún defecto?*
- » *¿Este producto podría ser más atractivo?*
- » *¿Este servicio se podría prestar mejor?*
- » *¿Este producto puede tener otra utilidad diferente?*
- » *¿Es posible comercializar de otra manera este producto/servicio?*
- » *¿Cómo se está haciendo en otros lugares?*
- » *¿Este producto llega a todos los clientes?*
- » *Y un largo etcétera*

Cuando es necesario dar respuestas creativas y soluciones innovadoras a estas cuestiones es posible recurrir a determinadas estrategias, o técnicas, que son utilizadas para estimular el pensamiento creativo y que pueden ser utilizadas en dinámicas grupales para identificar ideas de negocio innovadoras.

A continuación, presentamos una breve descripción de las técnicas de creatividad que mejor aplicación tienen en dinámicas grupales con la finalidad de generar ideas:

La tormenta de ideas o Brainstorming:

El brainstorming es quizá la técnica más popular y la más utilizada en las dinámicas grupales con muy diferentes finalidades. Fue ideada por **Alex Faickney Osborn** en el año 1938 precisamente en un proceso de búsqueda de ideas creativas.

Para llevarla a cabo es necesario contar con una persona que asuma la moderación de la sesión y un grupo integrado por unas diez personas.

La duración de una sesión de brainstorming no suele superar los 60 minutos y se desarrolla en dos etapas diferenciadas:

Generación o tormenta de ideas: la persona que ejerce la moderación del grupo expone el tema central de la sesión. A continuación, durante unos 15 minutos, las personas que integran el grupo dirán todas las ideas que vengan a su mente en relación con el tema propuesto. Suele suceder que las ideas de unas personas actúan como estímulo en otras y así se van generando más y más ideas.

En esta fase, el moderador se limitará a anotar todas las ideas. No descartará ninguna porque todas las ideas, por más absurdas o descabelladas que a priori puedan parecer, son válidas.

Depuración o criba de ideas: una vez transcurrido el periodo dedicado a la exposición de ideas, el moderador leerá todas las ideas y el grupo seleccionará las ideas que considere válidas. Opcionalmente, el grupo puede dividirse en subgrupos que revisan, evalúan y clasifican las ideas resultantes.

Para finalizar, el grupo al completo selecciona las ideas en función de su validez o de sus posibilidades reales de implementación.

Una variante del brainstorming es el **brainwriting** que consiste en organizar una dinámica grupal para la generación de ideas, pero, en lugar de que las personas asistentes expresen verbalmente sus ideas, en este caso las ideas son escritas en un papel que los miembros del grupo van haciendo circular entre ellos. Así se van generando ideas nuevas e ideas que se originan a partir de las que ya están escritas en el papel.

La técnica de creatividad “seis sombreros para pensar”:

La denominación de esta técnica se deriva del título del libro escrito por **Edward de Bono**, *Six Thinking Hats*, a lo largo del cual describe y desarrolla esta técnica grupal de toma de decisiones.

La técnica de los seis sombreros consiste en abordar la reflexión acerca de un tema o de un problema desde diferentes roles o perspectivas. En concreto, desde las siguientes 6 perspectivas que se corresponden con cada uno de los sombreros de diferente color que propone De Bono:

Blanco: adoptar una perspectiva o modo de actuar basado en datos objetivos.

Rojo: actuar dejándose llevar por las emociones, sentimientos o intuiciones.

Negro: perspectiva crítica o modo de actuar que consiste en enjuiciar destacando las desventajas, aspectos negativos, carencias, defectos, etc. Se centra en destacar por qué algo puede salir mal.

Amarillo: perspectiva optimista que enfatiza los aspectos positivos y destaca por qué algo puede salir bien o ser buena idea.

Verde: modo de actuar creativo o de generación de ideas.

Azul: este sombrero corresponde a la persona que coordina la sesión y que se equipara con la figura del director de una orquesta. Durante la sesión, las personas que participan también pueden ponerse el sombrero azul y actuar o expresar ideas desde la perspectiva del director de orquesta.

Por tanto, las personas que asisten a la sesión adoptarán un rol, una perspectiva o un modo de actuar diferente en función del sombrero que se pongan y realizarán sus intervenciones durante una sesión similar a la tormenta de ideas.

Mapas mentales:

La técnica del *mapa mental* fue ideada por el psicólogo de origen británico **Tony Buzan** a mediados de la década de los años 90.

Es una técnica gráfica que se ha utilizado con finalidades muy diversas. Consiste en escribir en el centro de una hoja la palabra o la imagen que alude al tema o problema que deseamos resolver.

A partir de la imagen central se irán generando ideas que se escriben o dibujan en la hoja y que irradian de la imagen central. Asimismo, de las ideas que han irradiado de la imagen central, se irán generando

nuevas ideas y así sucesivamente. El mapa resultante refleja la conexión o relación existente entre las ideas.

Por tanto, fundamentalmente se trata de una representación gráfica que permite organizar las ideas bajo la premisa de que una imagen es más fácil de asimilar y recordar por nuestro cerebro que un texto.

Analogías:

Esta técnica consiste en tomar distancia y alejarnos de un tema, de una situación o de un problema y, para resolverlo, dar un rodeo en lugar de afrontarlo directamente.

La estrategia consiste en establecer una semejanza o paralelismo del tema, situación o problema que pretendemos resolver con otra situación con la que habitualmente no tendría ninguna conexión o relación.

Es una técnica muy útil cuando pretendemos generar ideas innovadoras en servicios o productos, mejoras, nuevas aplicaciones, etc. Y puede recurrirse a analogías de cualquier tipo: históricas, biológicas (por ejemplo: analogías con el comportamiento de un determinado animal), geográficas, etc.

Canvas:

Business model CANVAS, traducido como **lienzo de modelo de negocio**, es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. Es un gráfico visual con elementos que describen propuesta de producto o de valor de la empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas. Ayuda a las empresas a alinear sus actividades mediante la ilustración de posibles compensaciones.

El modelo de negocio del lienzo fue propuesto inicialmente por Alexander Osterwalder sobre la base de su trabajo anterior sobre la ontología de los modelos de negocio. Desde la publicación de la obra de Osterwalder en 2008, han aparecido nuevos lienzos para nichos específicos, como el Lienzo Lean.

Las descripciones formales del negocio se convierten en los bloques de construcción para sus actividades. Existen diferentes conceptualizaciones de negocio; El trabajo de Osterwalder y tesis (2010, de 2004) proponen un modelo único de referencia basada en las similitudes de una amplia

gama de conceptualizaciones de modelo de negocio. Con su diseño de la plantilla modelo de negocio, una empresa puede describir fácilmente su modelo de negocio.

El modelo de negocio del lienzo consta de 9 piezas clave, comunes para la representación gráfica de un negocio.

En este capítulo nos hemos centrado en definir qué es una idea de negocio y cómo identificar ideas de negocio válidas e innovadoras estimulando la creatividad de las personas emprendedoras.

4. ¿SE PUEDE INNOVAR SIEMPRE?

Qué se considera innovación

La innovación es sinónimo de cambio. La mayoría de las definiciones hacen referencia a la novedad de aquello que se innova, así como a la apreciación por parte del cliente.

Aquello que se innova debe servir para cubrir una necesidad, y a su vez debe ser valorada por los demás. Supone una mayor fidelidad y aumento de clientes.

*Aunque realmente la solución al proyecto final nació de una cena, cuando en la mesa colindante había un pequeño con un yeso y no paraba de llorar porque le molestaba y le picaba. Por aquel entonces realizaba pulseras impresas en 3D para amortizar la máquina y se me encendió la bombilla, ¿y si en vez de hacer pulseras realizaba escayolas? ¡Los problemas de ese niño se esfumarían! Y así nació Fiixit de la sede de 3D Málaga. **Raquel Serrano. Fiixit***

La innovación acaba con la introducción con éxito en el mercado. Si los nuevos productos, procesos o servicios no son aceptados por el mercado, no existe innovación.

La innovación en la empresa consiste en la utilización de nuevos conocimientos para ofrecer los productos o servicios nuevos que desean los consumidores.

*Ir abriendo camino en el proceso de transformación digital del sector asesorías y despachos profesionales ha sido el mayor reto al comienzo de nuestra actividad (ser punta de lanza en este sentido no ha sido fácil, porque hemos dedicado mucho tiempo a I+D+I y seleccionando clientes para trabajar con nuestro modelo). Este esfuerzo y experiencia ha supuesto una de las mayores recompensas que atesoramos como bien intangible de nuestra empresa: Estar a la vanguardia en un mercado en pleno crecimiento. **Ricardo Nandwani.** Aticco Software & Digital Business.*

La Innovación en la industria incluye el diseño, la producción y las acciones de venta que forman parte del marketing de un producto nuevo o mejorado.

La Innovación supone también el primer uso comercial de un proceso o una parte del equipo productivo nuevo o mejorado.

5. FINES DE LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

Los fines que debe tener la innovación en la empresa deben orientarse a:

Capacidad visionaria

*La idea inicial fue ofrecer acceso telefónico a la red. Posteriormente, con la evolución exponencial de Internet en todos los ámbitos, Hipernet ha ido evolucionando hacia los diferentes servicios que hoy por hoy se ofrecen (primero desarrollo de webs presenciales, evolución de las empresas hacia el mundo digital, marketing en Internet, reputación on line, etc., ...) **Alejandro Castillejo.** Hipernet.es*

Cultura proclive

- Misión innovadora.
- Orientación al cliente.
- Compromiso permanente con la innovación.

*Inicialmente se pretendía coordinar todas las especialidades que intervienen en el proceso arquitectónico y urbanístico, incluida la comunicación de los propios proyectos. Finalmente se ha coordinado con personal propio dando servicios a empresas afines al sector, tanto a nivel técnico arquitectónico como de comunicación on line y off line. **Manuel Navarro. Arquitecto***

Capacidad pragmática

- Trabajo en equipo.
- Plataformas tecnológicas.
- Competencias.

La innovación determina cada vez más el crecimiento sostenido de las empresas y su eficacia competitiva ayudando al incremento de los beneficios.

La inversión en innovación representa la mejor oportunidad para aumentar cuota de mercado y reducir costes de producción.

La innovación en las empresas es fundamental para poder abordar un proceso de transformación y sus retos estratégicos en el contexto de un entorno incierto y cambiante y cada vez más competitivo.

*Inicialmente la idea era trabajar en proyectos de Medio Ambiente que pudieran llegarnos en su ámbito más técnico. Tras varios años de funcionamiento y considerando las posibilidades del mercado, las sinergias consolidadas y la experiencias adquiridas, el proyecto se conformó como un gabinete especializado en Medio Ambiente que presta servicios a instituciones públicas y privadas en todo lo relacionado con Sostenibilidad, Responsabilidad y Desarrollo Sostenible, diseñando y ejecutando proyectos de asesoramiento técnico, ingeniería, I+D y Educación Ambiental. **Juan Manuel Llamas, Javier Pedraza y Juan Herrera. Green Globe SyPA S.L.***

Aumento del valor que perciben los clientes

La “Innovación en la Gestión de Clientes”, en las empresas está íntimamente ligada al concepto de “Gestión Avanzada de Clientes”. Se pone énfasis en la

necesidad de conocimiento del cliente y del mercado para garantizar el posterior ofrecimiento de un mejor servicio o producto y a cumplir sus expectativas.

*EL proyecto inicial era montar una asesoría que diese servicios fiscales, laborales y contables a las empresas instaladas en el PTA, generando autoempleo a los que iniciamos el proyecto. A lo largo de los años se ha ido ampliando el espectro tanto de los servicios que se prestan (legales, financieros, etc..) como del ámbito geográfico de nuestra clientela ya no solo por toda la provincia de Málaga incluso fuera de ella. **José Antonio Rodríguez** de CRC Consultores*

Igualmente, la necesidad de innovar en cada uno de los procesos de la prestación del servicio o elaboración del producto.

El cliente considera clave la innovación a la hora de fidelizarse a una empresa. Es por ello por lo que son premisas imprescindibles:

1. Saber escuchar las necesidades de los clientes.
2. Adaptación a las expectativas del cliente y a la propia evolución del mercado.
3. Valoración de la percepción por nuestros clientes.

Todo este proceso innovador será percibido por nuestros clientes y aportaran el valor añadido a nuestra empresa.

Las cuestiones que se debe plantear una empresa para la innovación en la gestión de clientes son:

¿Qué clientes son los que debo atender de una forma prioritaria o especial?

¿Qué necesidades estoy realmente satisfaciendo?

¿Cómo detectar con anticipación la insatisfacción del cliente?

6. NUEVOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS

La innovación de proceso consiste en métodos, equipos y / o habilidades usados para proporcionar un mejor servicio o producto. Principalmente consisten en la implantación de un método nuevo o mejorado significativamente en la producción o distribución de productos y servicios.

Las empresas necesitan de la innovación de proceso para defender su posición competitiva, reaccionando frente a un competidor innovador, o para ganar una posición estratégica en el mercado.

*La idea inicial era que si había 10 empresas distribuyendo folletos de sus respectivos negocios de ocio en hoteles, oficinas de turismo y agencias de viajes y cada empresa tenía su propio distribuidor, ¿por que no tener un solo distribuidor para las 10 empresas?. **José María Yagüe. Promarketing, S.L.***

La innovación de producto busca, en primer lugar, la diferenciación de la competencia, aunque no siempre conlleva el mismo grado de novedad.

Podemos distinguir varias estrategias de innovación.

Productos nuevos, se trata de presentar características fundamentales distintas a las de los productos ya existentes, tanto para la empresa como para el mercado.

*Inicialmente me centré en la elaboración de alpargatas decoradas artesanalmente y probar la aceptación que tendría en el mercado una de mis creaciones. Posteriormente al ver la buena aceptación que tenía y tener que incorporar nuevos productos acordes a la nueva estación del año que se acercaba, he ido introduciendo complementos de todo tipo como bolsos, carteras, colgantes, pulseras incluso ropa. **Vanessa Valera. MIYAVA***

Reposicionar productos, la innovación representa un cambio en la imagen para modificar la percepción del cliente. Se trata de introducir cambios o mejoras en la imagen del producto.

*Desde hace siglos las inmovilizaciones sanitarias vienen de la mano de vendas y escayolas, la gran pesadilla de millones de personas. La solución llega de la mano de FIIXIT, férulas de inmovilización impresas en 3D perfectamente adaptadas a la anatomía y patología de los pacientes, con la particularidad de que no pesan, son sumergibles, no pican y se puede recibir fisioterapia conjunta. **Raquel Serrano. FIIXIT ORTHOTIC LAB, S.L***

Rediseñar los productos. Esta estrategia consiste en la introducción de alguna modificación, lo que supone un menor coste para la empresa a la vez que una mayor fiabilidad, seguridad o prestaciones.

*Nuestra empresa es de desarrollo de aplicaciones móviles a medida, orientadas a B2B, aplicaciones para empresas, además de otros servicios de valor añadido como sistema de GPS móvil para empresas. Mi idea inicial era una empresa muy enfocada al cliente final, a empresas, dedicada al desarrollo de aplicaciones, con un peso importante del resto de servicios de valor añadido. Al final, trabajamos con muy pocos clientes, siendo partners de consultoras que son realmente las que nos proporcionan los proyectos, formando parte de su red de proveedores. **Jose Antonio Tortosa. Movion***

La innovación de servicios se diferencia de la innovación de productos, por lo que su gestión es diferente. Los avances en las tecnologías de información y comunicación son de gran importancia, ya que facilitan las alternativas posibles de innovación en el caso de servicios.

Innovar en los servicios significa mejorar la experiencia que tiene un cliente con una empresa o una marca y cómo diseñar ese servicio para hacerlo más tangible tanto ante los ojos del cliente como para el mercado.

*Nuestra empresa ha incorporado, a su actividad tradicional de industria de impresión offset, un nuevo modelo de negocio de imprenta con impresión digital y plotter de alta calidad de producción, ofreciendo sus servicios en una tienda on line. **Esteban Bueno. GRÁFICAS URANIA, S.A.***

Los servicios tienen características únicas que los hacen diferentes a los productos: Son intangibles, no se pueden ver antes de comprarlos o llevarlos a casa, el acto de producir los servicios es inseparable de su consumo.

La innovación en los servicios es una nueva disciplina que busca innovar en actividades que no terminan en la compra de un producto físico o tangible.

*Somos una consultoría tecnológica: acercamos el mundo digital e internet a empresas y emprendedores, ejecutando proyectos y participando en algunos de ellos. **Rafael Porras Granados** de Webfera.*

7. LA INNOVACIÓN CONTINUA

La innovación continua no crea nuevos mercados o redes de valor, sino que desarrolla y mejora las actuales permitiendo que la empresa sea competitiva.

Para el mantenimiento de la innovación continua es necesario:

- » *generar una visión estratégica basada en segmentos de mercado.*
- » *promover una misión comprometida con innovar en segmentos de mercado.*
- » *convertir la innovación y la satisfacción de clientes en un negocio de todos.*
- » *mejorar el conocimiento y relaciones con clientes.*
- » *diseñar los productos y procesos orientados a la satisfacción de los clientes.*

Aun cuando la innovación continua no genere los modelos de valor y ganancias tan grandes como aquella que crea un nuevo mercado, es necesaria ya que normalmente es la que mantiene viva la empresa y permite poder generar innovación.

En resumen y como ideas clave:

- » *La empresa innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, ofrece nuevos productos o servicios y adopta, o pone a punto, nuevos procesos en su gestión.*
- » *La innovación es sinónimo de cambio. La mayoría de las definiciones hacen referencia a la novedad de aquello que se innova, así como a la apreciación por parte del cliente. La innovación acaba con la introducción con éxito en el mercado.*
- » *La innovación en las empresas es fundamental para poder abordar un proceso de transformación y sus retos estratégicos en el contexto de un entorno incierto y cambiante y cada vez más competitivo.*
- » *La innovación en los modelos de proceso consiste en la implantación de un método nuevo o mejorado significativamente en la producción o distribución de productos y servicios.*
- » *La innovación de producto busca, en primer lugar, la diferenciación de la competencia, aunque no siempre conlleva el mismo grado de novedad.*
- » *Innovar en los servicios significa mejorar la experiencia que tiene un cliente con una empresa o una marca y cómo diseñar ese servicio para hacerlo más tangible tanto a los ojos del cliente como del mercado.*

3

EL PLAN DE EMPRESA

1. ¿QUÉ ES EL PLAN DE EMPRESA?

Una vez analizada la validez de la idea de negocio que plantea un emprendedor, la siguiente fase consiste en hacer la reflexión para que defina su **estrategia empresarial** y la plasme en un documento que se denomina “Plan de Empresa”, “Plan de Negocio” o “Business Plan”.

Para definir qué es un Plan de Empresa, nos remitimos a la definición que expone la *Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa* del *Ministerio de Industria, Energía y Turismo* en su portal web:

“Documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto”.

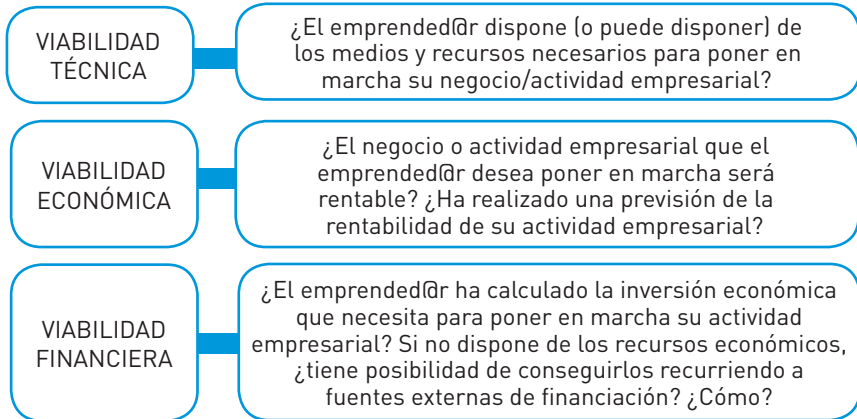
Por tanto, este documento es ante todo un instrumento o herramienta dinámica y flexible que orientará la reflexión, la planificación, el análisis, la evaluación y la toma de decisiones acerca del negocio que el emprendedor pretende poner en marcha.

“Es imprescindible realizar un Plan de Empresa. Llevamos cumplidos tres planes estratégicos que se han modificado en función de las necesidades y oportunidades de un entorno mutante”. **Ignacio del Valle.** *Bypass Comunicación*

Consideramos que el Plan de Negocio es algo fundamental, sin embargo creemos que es algo tan cambiante que pocas veces podremos tener de él una “versión estable”, por lo menos en lo que se refiere a los primeros años de negocio. Hemos trabajado con infinitos planes de negocio y al final lo que cuenta es que tengas bien definido tu modelo, que tengas claros tus servicios, tus objetivos, y por supuesto que te evalúes constantemente al mismo tiempo que analizas el sector. **Juan Manuel Llamas, Javier Pedraza y Juan Herrera.** *Green Globe SyPa.S.L.*

La finalidad del Plan de Empresa es aportar información al emprendedor acerca de la **viabilidad** de su idea de negocio y, en especial, de su viabilidad **técnica, económica y financiera**.

El Plan de Empresa tiene dos destinatarios principales. Por un lado, el propio emprendedor para el cual este documento es una herramienta de análisis y decisión. Y, por otro lado, aquellas entidades externas como entidades bancarias, inversores privados, etc. a los cuales se entrega el Plan de Empresa con la finalidad de despertar su interés por su proyecto de negocio y lograr su apoyo e implicación.



Para alcanzar esta finalidad, el Plan de Empresa debe aportar información sobre todas y cada una de las áreas implicadas en el desarrollo de la actividad empresarial y describir, como veremos en páginas posteriores, la estrategia respecto a cada una de ellas: compras y aprovisionamiento, política de precios, marketing, publicidad, recursos humanos, fiscalidad, etc.

Manuel Martínez de BMC: *“Es básico hacer una introspección sobre todos los aspectos de nuestra idea de negocio. Dedicar tiempo y sobre todo reflexionar cada punto del plan permite orientar y priorizar las líneas de actuación mas importantes. Es conveniente compartir todas las reflexiones con familiares y amigos que puedan darnos una visión crítica constructiva. Aunque ahora se suele aconsejar crear un documento escueto y resumido de nuestro proyecto, considero importante dedicarle semanas, incluso algún mes que otro para perfilar todas las piezas del puzzle de la idea. No dejar cabos sueltos es fundamental en esa reflexión inicial. Ya se encargarán nuestros clientes y nuestras circunstancias de modificar lo que teníamos en mente y lo que terminamos por “ser”.*”

La importancia del Plan de Empresa es crucial en los momentos previos a la puesta en marcha del negocio o de la actividad empresarial puesto que se convertirá en la *“hoja de ruta”* del emprendedor@.

José Antonio Baron de Mantenturf: *“Elaborar un plan de negocio ayuda en el sentido que nos obliga a profundizar en la idea que tenemos de empresa y a planificarla. Nos ayuda a conocer el entorno en el que se va a desarrollar la empresa. Pero en un entorno que va tan rápido como el de hoy en día los planes de negocio requieren de constantes cambios y adaptaciones, esto depende mucho del sector y el producto/servicio. Por ejemplo, una start up tecnológica tendrá que “rehacer” su plan de negocio semestralmente ya que es una empresa en un entorno donde la incertidumbre es muy alta. Otras empresas de perfil más tradicional o ligadas a la economía productiva tal vez puedan hacerlo anualmente, aunque los ajustes continuos siempre son necesarios. Creo que lo más importante para hacer un plan de empresa hoy en día es utilizar una metodología que se adapte al tipo de negocio. Hay muchas metodologías desarrolladas por grandes expertos, tenemos que elegir bien. Hay que dedicarle un tiempo determinado a la elaboración del plan de empresa, no quedarnos anclados ahí, pues es importante el “go to market”, salir al mercado con el producto y empezar a hacer pruebas. No necesitamos un producto acabado hasta el mínimo detalle, porque realmente va a ser el mercado el que nos va a decir como debe ser definitivamente el producto. Tenemos que escuchar a nuestros clientes y con esa información (y otras provenientes de otros indicadores clave de nuestra empresa) ir modificando nuestro Plan de empresa (estrategia, posicionamiento, producto, distribución, atención al cliente, precios, publicidad, etc) para llegar a acertar.”*

Sin embargo, su vigencia no se limita al periodo de la puesta en marcha del proyecto. Por esta razón, es fundamental trasladar a las personas emprendedoras que el Plan de Empresa es un documento de trabajo que debe actualizarse y adaptarse cuando se detecten cambios significativos en el entorno (mercado) y/o en el negocio, para lograr que refleje fielmente y en cada momento la situación real.

El Plan de Empresa no se elabora para archivar una vez puesto en marcha el negocio o actividad empresarial. Su utilidad fundamental en todas las etapas por las que atravesará el negocio es brindar al promotor, o promotores, la posibilidad

de **conocer** la situación, **evaluarla y anticiparse** a las circunstancias tomando decisiones que permitan reconducir una determinada situación. Por ejemplo, reconducir aspectos comerciales (abrirse a nuevos mercados), productivos (diversificar la oferta, introducir modificaciones en sus productos, etc.), organizativos, financieros, etc.

El plan de negocio es fundamental para tener en cuenta todas las necesidades del proyecto y, por tanto, maximizar el porcentaje de viabilidad del mismo, incluso el de sostenibilidad (no podemos decir éxito porque, a veces, aunque el resultado no sea viable el proyecto sí ha podido ser exitoso y viceversa).

*Incluso habiendo desarrollado previamente el modelo de negocio con sus componentes básicos (que pueden vertebrarse como mínimo en un DAFO, un Canvas y un mapa de empatía del cliente), el plan de negocio nos sirve para forzarnos a comunicar nuestra hipótesis en un discurso de lógica emprendedora, nos obliga a buscar palabras concisas y, por tanto, a precisar las ideas. Es un primer examen objetivo y un paso necesario para aprender a autocorregirnos. **Lluís Montrás** de Vivir y Morir en Málaga*

Es fundamental trasladar a las personas que desean embarcarse en la aventura de crear una empresa que la elaboración del Plan de Empresa no es un trámite meramente administrativo para lograr acceder a una ayuda o subvención, sino que se trata de una tarea esencial al diseñar la estrategia empresarial y por tanto una herramienta fundamental cuando se pretende poner en marcha un proyecto empresarial.

2. CONTENIDO DEL PLAN DE EMPRESA

La literatura especializada ofrece numerosas guías y recomendaciones en cuanto a la estructura de contenidos de un Plan de Empresa.

En la siguiente tabla exponemos los contenidos que se consideran mínimos e imprescindibles ofreciendo orientación acerca del tipo de información que debe ofrecer cada bloque de contenido y su finalidad fundamental:

DENOMINACIÓN	CONTENIDO Y FINALIDAD
PORTADA	Es recomendable incluir una portada o cubierta atractivas donde se indique el título del documento, el nombre del promotor o promotores y la fecha de elaboración del Plan de Empresa.
ÍNDICE	También es aconsejable incluir a continuación una página índice donde se detallen los principales bloques de contenido, o epígrafes, con su correspondiente referencia al número de página del documento donde se encuentra dicha información. La finalidad es facilitar la lectura y localización de contenidos concretos por parte de la persona o entidad que analizará el Plan de Empresa.
RESUMEN EJECUTIVO	Aunque se sitúa en primer lugar, es recomendable redactar este bloque de contenido una vez finalizada la elaboración del Plan de Empresa puesto que su finalidad es ofrecer un breve análisis resumido de los aspectos más relevantes del proyecto de negocio. Su finalidad es captar la atención y el interés por el proyecto empresarial de la persona o entidad que leerá el Plan de Empresa.

<p>PLAN DE MARKETING</p>	<p>Este bloque de contenido debe ofrecer información sobre el producto o servicio que se pretende comercializar. Es el resultado de realizar un estudio de mercado y, por tanto, en él se describirá a qué clientes se dirige el negocio, qué canales de comercialización se utilizarán, qué precio de venta tendrá el producto o servicio, cuál será la estrategia de ventas, cuál será la estrategia de marketing y publicidad (Plan de Comunicación). La realización del estudio de mercado es fundamental en la fase previa de lanzamiento del negocio o actividad empresarial puesto que permite realizar un análisis DAFO de la idea de negocio, es decir, realizar un diagnóstico de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades a partir de las cuales diseñar una estrategia de marketing efectiva.</p>
<p>PLAN DE PRODUCCIÓN Y DE COMPRAS</p>	<p>En el Plan de Producción y de Compras, el promotor@ de la idea de negocio debe describir cuál será la estrategia de aprovisionamiento (compras) de materias primas y de material necesario para elaborar el producto que desea comercializar o prestar el servicio. Así, en el caso de que sea necesario un proceso de producción (o de fabricación), describirá las fases de dicho proceso, la tecnología necesaria, los mecanismos de control y gestión de existencias (stocks).</p>
<p>PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS</p>	<p>Este bloque de contenido tiene la finalidad de presentar al promotor@ (o promotores) del negocio y, en el caso de que esté previsto contar con personal contratado, con qué perfiles profesionales específicos se requiere contar y cuál será la estrategia de selección y reclutamiento de dicho personal. Igualmente, se incluirá una descripción de la estructura organizativa plasmada de forma gráfica en un organigrama con detalle de las áreas, cargos, funciones y responsabilidades.</p>
<p>PLAN JURÍDICO FISCAL</p>	<p>Este epígrafe del Plan de Empresa tiene como finalidad ofrecer información acerca de aspectos jurídicos y fiscales del negocio como la elección de la forma jurídica, qué obligaciones fiscales tendrá que hacer frente el negocio cuando esté en funcionamiento, si existiesen determinados permisos o licencias que es necesario obtener para poder desempeñar la actividad empresarial, etc.</p>

<p>PLAN ECONÓMICO FINANCIERO</p>	<p>El Plan Económico Financiero tiene como finalidad ofrecer información acerca de la política económica y financiera del futuro negocio. En esencia, se trata de una previsión a corto y medio plazo que debe ser lo más realista y exhaustiva posible. Es un bloque de contenido fundamental especialmente para el emprendedor que necesite recurrir a fuentes de financiación externas (entidades bancarias, inversores, etc.) puesto que éstas adoptarán sus decisiones en gran medida tomando como referencia la información incluida en este bloque. Por tanto, se detallarán y cuantificarán aspectos como necesidad de recursos financieros, presupuesto de tesorería, política de cobro a clientes y de pago a proveedores, estimaciones de la cuenta de resultados, análisis de ratios de rentabilidad, balance de situación y punto de equilibrio.</p>
<p>ANÁLISIS DAFO</p>	<p>Ya se mencionó al describir el bloque destinado al Plan de Marketing. Pero no sólo en él se encuentra la información necesaria para elaborar un diagnóstico y análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la idea de negocio que se detalla en el Plan de Empresa. Toda la información que el promotor ha ido plasmando a lo largo de los distintos apartados que integran el Plan de Empresa aportan la información necesaria para elaborar este diagnóstico que aportará valiosa información en la que apoyar la toma de decisiones estratégicas en relación con la idea de negocio que se pretende emprender.</p>

Las orientaciones anteriores pueden concretarse en un índice de contenidos del Plan de Empresa como el que se recoge a continuación extraído del **Manual Práctico ¿Cómo ser autónom@ y no morir en el intento?** publicado por la **Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga** y la **Confederación de Empresarios de Málaga**:

- 1. Resumen Ejecutivo**
- 2. Presentación del Proyecto**
 - 2.1. Origen y evolución del proyecto
 - 2.2. El equipo promotor
 - 2.3. La Idea / Producto y Servicio
- 3. Estudio de Mercado**
 - 3.1. Macroentorno
 - 3.2. Microentorno
- 4. Estrategia de Marketing y Comercial**
 - 4.1. Estrategia de producto
 - 4.2. Localización del negocio
 - 4.3. Estrategia de precios
 - 4.4. Estrategia de comunicación
 - 4.5. Estrategia de ventas y distribución
- 5. Producción y Recursos Humanos**
 - 5.1. Legislación aplicable
 - 5.2. Proceso productivo
 - 5.3. Proveedores / Stocks
 - 5.4. Recursos humanos
 - 5.5. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
 - 5.6. Calidad y PRL
- 6. Análisis Económico Financiero**
 - 6.1. Plan de inversiones
 - 6.2. Plan de financiación
 - 6.3. Cuenta de resultados
 - 6.4. Cash flow
 - 6.5. Balance
 - 6.6. Análisis de ratios



http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2015/Manual_Practico_Autonomos_WEB.pdf



<http://herramientas.cem-malaga.es/>

RECURSO COMPLEMENTARIO

Puedes ampliar estas orientaciones en cuanto a la estructura de contenido del Plan de Empresa con la lectura del documento titulado Plan de Empresa elaborado por el Club de Emprendedores de Málaga de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM).

Mediante esta herramienta el usuario puede estructurar su proyecto empresarial y analizar su viabilidad técnica, económica y financiera. De una forma fácil e intuitiva puede completar su Plan de Empresa rellenando los puntos clave que hay que tener en cuenta a la hora de poner en marcha un negocio.

“Es muy importante elaborar un plan de negocio ágil, no más de tres folios. Donde está la empresa, hacia donde dirigirla y cómo llegará hasta allí. José María Casero de OnSpain.”

A continuación, y como guion para ayudarte a identificar la información que debes incluir en cada bloque de contenido del Plan de Empresa, te exponemos las preguntas que debería dar respuesta en cada uno de los bloques y que serían las siguientes:

1. RESUMEN EJECUTIVO

La orientación fundamental como se avanzó anteriormente es que la redacción de este bloque se realice una vez finalizado el Plan de Empresa, ya que se trata de un resumen o síntesis del proyecto empresarial (o profesional) y al emprendedor le resultará útil tener visión de conjunto para poder redactarlo.

Es aconsejable que el resumen ejecutivo ofrezca información sobre los aspectos más importantes, destacados y diferenciales del proyecto. Y, ante todo, que

despierte el interés por leer el resto. Para ello, la extensión debe ser breve y el estilo de redacción atractivo y directo.

*El plan de negocios es fundamental pues debes saber quién eres, donde vas, como hacerlo y sobre todo tener claro cuáles son tus METAS, si no las escribes, si no las interiorizas, si no las trabajas, no se consigue. **Sandra Benzaquen de D-beautygroup.***

2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1. Origen y evolución del proyecto

El contenido de este apartado debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué y cómo se te ocurrió tu idea de negocio?
- ¿En qué situación se encuentra tu idea en el momento en que elaboras el Plan de Empresa?
- ¿Qué pasos has dado hasta el momento para hacer realidad tu idea de negocio?

2.2. El equipo promotor

Ofrece las siguientes orientaciones útiles:

- Si emprendes en solitario, preséntate, describe tu experiencia, conocimientos, y cómo contribuyen estos aspectos a la viabilidad de tu idea.
- Y, si sois varios socios, describiros tanto individualmente como en grupo destacando el valor que aporta al proyecto la complementariedad de vuestros perfiles.

2.3. La Idea / Producto y Servicio

El contenido de este bloque debe dar respuesta a los siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el producto que vas a comercializar o el servicio que vas a prestar?
- ¿Qué necesidad detectada por ti en el mercado va a cubrir?
- ¿Cuál es su valor diferencial? ¿Qué novedad aporta con respecto a productos o servicios ya existentes en el mercado?
- ¿Cuál será el modelo de negocio que adoptarás?
- ¿De dónde provienen los ingresos?

*La idea de negocio ha ido evolucionando con los años. Nuestro abuelo y fundador de la empresa, Manuel Carmona Pérez inicio el proyecto desde un pequeño puesto de frutas verduras en la plaza de abastos de Antequera. Siguieron sus hijos aumentando la gama de productos comercializados en unas instalaciones más grandes en el polígono industrial con miras a toda la provincia de Málaga y Comarca; y a día de hoy la tercera generación ha ampliado sus miras para toda Andalucía y modernizando los procesos productivos. **Francisco Javier Carmona Rodriguez.** Almacenes Carmona S.A.*

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Macroentorno

Recomendación fundamental a las personas emprendedoras:

“En este apartado, no escatimes esfuerzos”.

En cuanto al contenido concreto, éste debe ofrecer información que permita conocer cuáles son las características del mercado objetivo y qué tendencias pueden observarse en él. Es importante diferenciar entre los factores sociales, económicos, legales y ambientales que pueden condicionar la actividad del negocio o empresa y que se enmarcan en el macroentorno, así como delimitar claramente los factores como innovaciones, estacionalidad de la demanda, etc. que afectarán a la actividad.

*Tener un plan de negocio es vital. Es la hoja de ruta que aunque sea básica, en una simple excel, debes tener. Todo es importante en un plan de negocio, pero principalmente recalcaría el esfuerzo que hay que hacer en la investigación de mercado (cuanto más escuches, observes y preguntes mejor), plan comercial (previsión de distintos escenarios) y, por supuesto, la parte económica financiera (porque para el emprendedor, el comportamiento de la tesorería es fundamental). **Miguel Angel Serralvo de Contento.***

3.2. Microentorno

Este bloque de contenido debe ofrecer información respecto a:

- Clientes
- Competencia
- Canales de distribución
- Proveedores

*El plan de negocio, es importante para centrar la idea, pero es necesario tener la mente abierta a cambios. Para elaborarlo, es fundamental contrastar el estudio teórico de mercado con las necesidades reales del mercado, además de establecer un calendario de ejecución de acciones claro. Por otra parte, es bueno dejarse aconsejar para el plan económico por profesionales. **Juan Vazquez de JEDDins.***

Clientes:

- ¿Quién es tu cliente objetivo o target? ¿Son personas? ¿Son pymes? ¿Son organismos?
- ¿Qué tamaño tiene tu mercado potencial?
- ¿Cuál es el perfil medio de tu clientela? Si son personas: edad, sexo, nivel económico, nivel cultural, ubicación, estilo de vida, gustos, motivo y capacidad de compra. Y, si son autónomos, pymes u organismos, indica cómo son: facturación, funcionamiento, hábitos de compra y criterios de selección de proveedores.
- ¿Cómo compran tus clientes? ¿Compran en una época del año determinada?
- ¿Cómo pagan? ¿Al contado o a plazos?
- ¿Cuántos clientes estimas que debes tener mensualmente?
- ¿Qué volumen de compra deberían tener tus clientes?

Competencia:

Describe tu competencia directa e indirecta e identifica cuáles son sus puntos fuertes y sus debilidades:

- ¿Quién ofrece tu mismo producto o servicio?
- ¿Hay algún líder que sea referencia en el mercado?
- ¿Dónde se encuentran?
- ¿Cómo son? ¿Cuál es su tamaño? ¿Cuánto tiempo llevan en el mercado?
- ¿Cómo funcionan? ¿Cuál es su relación calidad-precio?

- ¿Cómo venden? ¿Hacen promociones? ¿Hacen publicidad?
- ¿Cómo te quieres posicionar respecto a tu competencia?
¿Qué ventajas quieres destacar frente a tu competencia?
(mejor servicio, menor precio, más innovación, etc.)

Me parece importante realizar un buen plan de empresa, pero lo es más conocer a tu competencia, ver en que te puedes diferenciar y tener claro cuánto va a costar poner el negocio en funcionamiento, junto con el tiempo que va a tardar en dar beneficios.

Rocio Cabezudo de Cabezudo Gestión Documental, S.L.

Canales de distribución:

Describe si, para comercializar tu producto o prestar tu servicio, necesitas distribuidores:

- ¿Qué ruta debe recorrer tu producto o servicio para llegar a tus clientes?
- ¿Hay intermediarios en ese camino? ¿Quiénes son? ¿Cómo son? ¿Dónde se encuentran?
- ¿Qué comisiones te cobrarán? ¿Ofrecen facilidades? ¿Trabajan en régimen de exclusividad?
- ¿En tu mercado hay *prescriptores* que influyen en la decisión de compra de tus clientes? ¿Quiénes son? ¿Dónde están? ¿Cómo son?

Proveedores:

- ¿Quiénes serán tus proveedores?
- ¿Qué criterios tomarás de referencia para decantarte por unos proveedores u otros?
- ¿Cuáles son sus precios?
- ¿Qué margen te permite obtener?
- ¿Qué relación tendrás con tus proveedores?
- ¿Qué condiciones de compra te imponen (cantidad mínima, importe, etc.)?
- ¿Acuerdos de exclusividad? ¿Negociación de condiciones de pago ventajosas?

4. ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMERCIAL

4.1. Estrategia de producto

Realiza las siguientes preguntas para que describa las características del producto o servicio:

- ¿Cómo es tu producto o servicio? ¿Ofreces varias líneas de producto o servicio?
- ¿Qué características técnicas tiene tu producto? ¿Envases? ¿Etiquetado? ¿Diseño? ¿Tecnología?
- ¿Ofreces servicios complementarios? (información, instalación, reparaciones, mantenimiento, entrega a domicilio, etc.)
- ¿Cuál será tu relación calidad-precio? ¿y tu estrategia de calidad?
- ¿Cuál será tu nombre comercial o marca? ¿Por qué? ¿Qué imagen quieres transmitir a través de tu marca?

4.2. Localización del negocio

Orientación útil: Si las características del local y su ubicación en una localidad son factores importantes para la viabilidad del negocio, has de plantearte las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las características de tu local? ¿Dimensiones? ¿Se sitúa en una zona comercial relevante? ¿Está bien comunicado? ¿Es de fácil acceso?
- ¿Por qué es un local idóneo para tu negocio?
- ¿Es de tu propiedad? ¿Lo vas a comprar o a alquilar?
- ¿Está adaptado o reformado para cumplir los requisitos de la normativa que se aplica en tu actividad? ¿Necesitarás reformarlo? ¿Qué reformas? ¿Cuál será el coste de las obras?
- ¿Tu local está cerca de tus proveedores? ¿Y de tus clientes?

4.3. Estrategia de precios

Analiza cuál será el precio del producto o servicio y compáralo con el de la competencia:

- ¿Cuál será el precio de cada tipo o línea de producto o servicio que ofreces?
- ¿El precio cubrirá tus costes? ¿Tendrás margen suficiente para que el negocio sea viable? ¿Y para que el negocio sea rentable?
- ¿Cuáles son los precios de tu competencia?
- ¿Ofrecerás promociones y descuentos? ¿Cuáles?

4.4. Estrategia de comunicación

En este punto describe las acciones de comunicación, publicidad, promoción y relaciones públicas que tienes previsto realizar para lanzar el negocio y, posteriormente, cuando el negocio ya esté en marcha:

- ¿Qué acciones de comunicación realizarás y en qué medios de comunicación te quieres dar a conocer para promocionar tu negocio en la fase de lanzamiento? ¿Y posteriormente?
- ¿Qué imagen quieres transmitir a través de tu logotipo o tu nombre comercial?
- ¿A qué tipo de eventos tienes previsto asistir para dar visibilidad a tu negocio (ferias, congresos, etc.)?
- ¿Qué instrumentos de promoción tienes previsto utilizar? (folleto, catálogo, etc.)
- ¿Vas a realizar campañas de promoción? ¿Ofertas? ¿Descuentos? ¿Regalos?
- ¿Qué acciones realizarás para fidelizar a tus clientes?
- ¿Has pensado en el marketing digital: una página web atractiva, presencia e interacción en redes sociales, crear un blog, etc.? Todas estas estrategias de marketing en internet te ofrecen posibilidades muy interesantes sea cual sea tu actividad.

4.5. Estrategia de ventas y distribución

- ¿Vas a asumir tú las labores comerciales o contarás con un equipo de comerciales?
- ¿Cómo van a trabajar tus comerciales? ¿Objetivos de venta? ¿Comisiones?
- ¿Venderás tu producto o servicio directamente a tus clientes o intervienen intermediarios en la venta? ¿Distribuidores? ¿Representantes? ¿Agentes comerciales?
- ¿En tu mercado hay prescriptores que influyen en la decisión de compra de tus clientes? ¿Te darás a conocer entre ellos?

5. PRODUCCIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Legislación aplicable

En el caso de que exista alguna normativa específica que tienes que cumplir para poder desarrollar la actividad, deberías dar contenido a este punto contestando a:

- ¿Qué legislación debes cumplir para poder desarrollar tu actividad empresarial o profesional?
- ¿Cómo cumplirás la Ley de protección de datos de carácter personal?

- ¿Y la normativa en materia de prevención de riesgos laborales, seguridad e higiene?

5.2. Proceso productivo

- Para poder vender tus productos, ¿necesitas crearlos o fabricarlos?
- En el caso de los servicios, ¿cómo debes organizarte para prestar tus servicios?
- ¿Cuánto tiempo dura el proceso de creación o fabricación? ¿Qué fases o qué tareas implica?
- ¿Tramitarás la obtención de alguna certificación en materia de calidad o medioambiental?
- ¿Cuál es tu capacidad productiva?
- ¿Te apoyarás o necesitarás la tecnología para producir tus productos o prestar tus servicios? ¿Aplicaciones informáticas de gestión empresarial?
- ¿Puedes elaborar un mapa de proceso? Se trata de dibujar el proceso que seguirás para vender tus productos o prestar tus servicios. Por ejemplo, desde que recibes la materia prima hasta que la empaquetas y la envías a tu cliente, ¿qué procesos intervienen?: gestión de compras, almacenaje y stock, producción/prestación del servicio, gestión de I + D, marketing, gestión y control informático, etc.

5.3. Proveedores / Stocks

Tienes que describir quiénes serán tus proveedores y cuál será tu estrategia de aprovisionamiento:

- ¿Quiénes serán tus proveedores? ¿Cuáles son sus precios? ¿Qué margen te permite obtener?
- ¿Qué relación tendrás con tus proveedores? ¿Qué condiciones de compra te imponen (cantidad mínima, importe, etc.)? ¿Acuerdos de exclusividad? ¿Negociación de condiciones de pago ventajosas?
- ¿Tienes que gestionar un stock de mercancía o de productos? ¿Cómo lo harás? ¿Necesitarás aplicaciones informáticas para gestionar tu stock?
- ¿Qué criterios tomarás de referencia para decantarte por unos proveedores u otros?

5.4. Recursos humanos

Si vas a contar con personal en tu negocio, describe qué personal necesitas, qué tareas asumirán y cuál será la política de contratación de personal:

- ¿Qué tareas vas a asumir tú como titular del negocio?
- ¿Vas a necesitar contratar personal? ¿Cuánto personal? ¿Para qué puestos? ¿Cuáles serán sus funciones?
- ¿Qué tipo de contrato tienes previsto hacer? ¿Duración de la jornada? ¿Retribución salarial?
- ¿Vas a seleccionar tú al personal o te vas a apoyar en los servicios de una empresa especializada?

5.5. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

- ¿Qué medidas de Responsabilidad Social Empresarial adoptarás tanto a nivel de gestión interna de tu negocio como a nivel externo?
- ¿Cuál será tu posicionamiento respecto a los principales problemas económicos, sociales y medioambientales actuales? ¿Cómo contribuirás a la mejora de tu entorno próximo y de tu comunidad?
- ¿Adoptarás una posición activa respecto a la mejora de la situación de determinados colectivos sociales (infancia, tercera edad, población discapacitada, etc.)
- ¿Qué medidas adoptarás para que tu actividad no tenga impacto medioambiental negativo?

5.6. Calidad y Prl

- ¿Qué medidas de aseguramiento de la calidad adoptarás tanto en la gestión de tu negocio como en el proceso de producción de tu producto/servicio?
- ¿Vas a implantar un sistema de gestión de la calidad acreditado (EFQM, ISO)?
- ¿Pretendes obtener una acreditación o sello de calidad específicos que cuenten con reconocimiento en tu sector de actividad?
- ¿Qué medidas aplicarás para cumplir los requerimientos de la normativa en materia de prevención de riesgos laborales que afecten a tu actividad?

6. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Orientación fundamental: **“Recopila toda la información necesaria para transformar tu idea de negocio en cifras y poder evaluar su viabilidad financiera”**. Te propongo una serie de tablas que te permitirán dibujar diferentes escenarios económicos e identificar qué recursos financieros necesitas:

1. Plan de Inversiones
2. Plan de Financiación
3. Cuenta de Resultados
4. Cash Flow
5. Balance
6. Análisis de Ratios

*En tecnologías tan vanguardistas como era el nacimiento de Internet en el año 95, era difícil hacer un plan de negocio, ya que no había referentes ninguno y la única información llegaba a través de revistas especializadas americanas a las que estábamos suscritos. Aún así, Hipernet fue también el primer expediente de Andalucía en el programa de incentivos “empresa joven”, lo que nos obligó a hacer una planificación, sobre todo en el apartado de gastos e inversiones, que sin duda fue fundamental a la hora de definir el proyecto. **Alejandro Castillejo Romero** de Hipernet.*

3. ELABORACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA: RECOMENDACIONES SOBRE SU FORMATO Y PRESENTACIÓN

En el momento de elaborar el Plan de Empresa, se suele decir a las personas emprendedoras que dicho documento será la *carta de presentación* de su proyecto empresarial y, en ocasiones, de la propia persona emprendedora (si inicia una actividad profesional como autónom@).

Es importante trasladar a las personas emprendedoras que el Plan de Empresa otorga (o resta) **credibilidad** ya que, por ejemplo, permite atraer socios, inversores, etc. De ahí la importancia de asesorarle y darle orientaciones y recomendaciones en cuanto a:

- Velar por la **calidad de la información** que se aporta, especialmente si se trata de datos numéricos.
- La información debe ser veraz y debe ser transmitida de forma clara y concisa. Incluso, es recomendable aportar la fuente a partir de la cual se han obtenido los datos para facilitar el contraste de su veracidad y de su actualidad.
- Cuidar la utilización de una **expresión** (lenguaje y vocabulario) correcta, adecuada y acorde tanto a la finalidad como a la audiencia que tendrá el Plan de Empresa (inversores privados, proveedores tecnológicos, entidades financieras, etc.)
- **Estructurar** el documento de forma que se facilite su lectura y consulta.
- Cuidar el **aspecto y presentación** del documento, aplicando un formato (aparición, diseño, etc.) atractivo, no estridente o fuera de lugar. De no ser así, la persona que leerá el Plan de Empresa puede tener la impresión de que el promotor del proyecto no está capacitado o que se trata de un proyecto inmaduro o poco meditado.
- Debe tratarse de un documento electrónico, usar un tipo de letra legible y ser presentado en papel de calidad aceptable.
- Se recomienda, en este sentido, incluir tablas, gráficos y figuras para facilitar la comprensión de los datos, así como incluir imágenes de los productos, las instalaciones, etc.

4

EMPRENDIMIENTO Y MÁLAGA

1. POR QUÉ EMPRENDER EN MÁLAGA

En esta guía se pretende hacer hincapié en el hecho de emprender en Málaga. Salvo alguna excepción todos nuestros testimonios de emprendedor@s señalan como positivo el hecho de tener o haber comenzado sus andanzas emprendedoras en Málaga y su provincia.

¿Por qué emprender en Málaga? ¿Qué ventajas nos reporta?

*Málaga es una ciudad hospitalaria, cosmopolita y abierta y su ubicación geográfica es ideal para desarrollar proyectos de diferente tipología. Es necesario crear una cultura de cooperación y co-creación, más allá de la corta visión del concepto de competencia tradicional. Esto nos ayudará a mejorar resultado, innovar y optimizar recursos. **José López** de Al Andalus Travel Agency.*

Cada experiencia señala aspectos diferentes en su valoración, pero sin duda existen conclusiones comunes:

- comunicaciones excelentes
- multiculturalidad
- cosmopolita

*Málaga es una ubicación con una gran afluencia extranjera que es la base para nuestro desarrollo. La ciudad de Fuengirola al igual que la de Málaga son un ejemplo en la integración de diferentes culturas. Gracias a la Universidad localizada en Málaga existe una gran disponibilidad de mano de obra cualificada. Es un lugar muy atractivo para turismo, eventos y conferencias. Sin embargo, se tardó casi diez años en tener una conexión a Internet decente, que es primordial para el desarrollo de cualquier negocio hoy en día. Por otra parte, hay una tendencia creciente por parte de Hacienda y la Administración Pública de obstaculizar y oprimir a pequeñas y medianas empresas, problema que puede llevar a España y a la región Andaluza a sumergirse nuevamente en una crisis. **Brian H. Jensen** de Jensen Localization SL.*

- Ubicación geográfica

*Como ciudad es única, por su ubicación, por sus conexiones y sobre todo por su clima y su buena gente. Es una ciudad que invita a las relaciones humanas y personalmente, como boquera de adopción, es una ciudad que te permite compaginar ese tandem “profesional&personal” tan necesario en nuestro equilibrio para construir una vida de felicidad. **Carmen Deza** de Educajunior,SL*

- Reputación

*Málaga actualmente es el centro económico de Andalucía. Esto nos ha hecho llegar a trabajar en Granada, Sevilla, Almería, Córdoba, Cádiz, Madrid y Barcelona, ciudades en dónde se encuentra reflejado nuestro negocio. Decir que eres de Málaga es garantía de éxito fuera y dentro de Andalucía. **Miguel Angel Serralvo** de Contalento.*

2. EMPRENDEDORES MALAGUEÑOS

Quizás muchos de los aspectos anteriores han sido valorados a través de la historia de nuestra ciudad y nuestra provincia.

La historia de Málaga está marcada por el paso de varias culturas, que han ido dejando su huella con el paso de los siglos. En el lugar donde se asienta la ciudad existía un poblamiento bástulo, en base al cual los fenicios fundaron la colonia de Malaka. Después de un período de dominación cartaginesa, Malaka pasó a formar parte de Roma.

La historia de Málaga es la propia de una de las ciudades más antiguas de Europa, marcada por su situación a orillas del Mar Mediterráneo en la Península Ibérica.

“Los fenicios buscaban los mejores sitios y por eso se establecieron en la isla de la desembocadura del Guadalhorce porque era un lugar estratégico como puerto y su conexión con el valle”, relata la arqueóloga María Eugenia Aubet, que señala que el enclave también tenía sus puntos débiles. Sobre todo, cuando el apacible Mar Mediterráneo se ponía bravo.

Con la llegada del siglo XVIII la ciudad inicia una era dorada de gran prosperidad y crecimiento. En este siglo, el puerto, germen de la actividad económica de la ciudad, pasa a ocupar uno de los primeros puestos en la costa mediterránea andaluza.

Su actividad se basa en la importación de trigo y la exportación de vinos y pasas. Tras el decreto de libertad de comercio con América en 1778 se acentúa el tránsito comercial portuario, lo que trae consigo un aumento considerable de la población.

Durante gran parte del siglo XIX, Málaga fue una ciudad pionera en la península con el inicio de la Revolución industrial, llegando a ser la primera ciudad industrial de España.

¿Cómo influye una ciudad así en la mentalidad del creador de proyectos, en la creatividad de las mentes inquietas que quieren desarrollar ideas y ponerlas en práctica?

Aquí tenemos algunos de ellos que tienen en común haber dejado la huella para que su experiencia sirva de acicate para nuevos emprendedores.

Martín Larios y Herreros de Tejada

(Laguna de Cameros, 11 de noviembre de 1798 -París, 18 de diciembre de 1873) fue un empresario e industrial español, primer marqués de Larios.

Los Larios invirtieron en casi todos los sectores económicos, tanto en la industria como en el comercio, compraron terrenos y negocios y ejercieron de prestamistas; incluso fueron socios fundadores del Banco de Málaga, para dar sostén financiero a todas sus empresas. Tuvieron fábricas de aceite y jabones en el Perchel. La diversificación en sus inversiones impidió que la familia se empobreciera pese a las pérdidas de la industria azucarera y textil.

La posición de poder de Martín Larios y su familia en la sociedad malagueña de la época y su visión emprendedora retroalimentaron su papel en la economía de la ciudad.

Jorge Loring Martínez

(Málaga, 12 de octubre de 1889 - Madrid, 22 de septiembre de 1936) fue un ingeniero y empresario, pionero de la aviación civil en este país, y considerado por la Oficina Española de Patentes uno de los grandes inventores que registraron en ella sus patentes.

Nació en el seno de una acaudalada familia dedicada desde comienzos de siglo a negocios bancarios, mineros, siderúrgicos y ferroviarios. En 1912 se graduó en Madrid como ingeniero de caminos y en 1916 recibió la titulación de piloto de aeroplanos en la Escuela Nacional de Aeronáutica, y en 1917 entró como director técnico en la Casa Pujol, Comabella y Cía. de Barcelona, dueña de una escuela de pilotos aéreos en el Prat de Llobregat y de unos talleres dedicados a la construcción de automóviles y aviones.

José Carvajal Hué

(Málaga, 8 de octubre de 1835 - Madrid, 4 de junio de 1899) fue un político, abogado, economista, empresario, escritor y periodista español, ministro de Hacienda y de Estado durante la Primera República por un breve período.

Ávido en los negocios, fue consolidando una sólida posición económica, siendo uno de los principales accionistas en la Compañía de Ferrocarriles Andaluces para la explotación de la naciente línea ferroviaria Ronda-Málaga, al tiempo que cofundó la Caja de Ahorros de Ronda.

Manuel Domingo Larios y Larios

(Málaga, 15 de diciembre de 1836 - París, 31 de julio de 1895), empresario y aristócrata español, II marqués de Larios.

Al fallecer su padre, en 1873, se convertirá en socio director de la sociedad de hijos de Martín Larios. Su obra de mayor proyección social y urbana para Málaga, dado el impacto económico que traería, fue la construcción de la Calle Marqués de Larios. Antiguamente la calle Larios estaba formada por muchas pequeñas callejuelas, y el marqués de Larios mandó construir una calle que fuera ancha y que desembocara en el puerto. Desde el año 1807, apoyó económicamente la apertura de la calle Larios. Esta calle fue diseñada por el arquitecto Eduardo Stacham Viana-Cárdabes.

José María de Salamanca y Mayol

(Málaga, 23 de mayo de 1811-Carabanchel Bajo, Madrid, 21 de enero de 1883), I marqués de Salamanca y I conde de los Llanos con Grandeza de España, fue un influyente estadista, destacada figura aristócrata y social y hombre de negocios durante el reinado de Isabel II de España. Da nombre al actual barrio de Salamanca de Madrid, parte del ensanche de la ciudad que impulsó. De vida aventurera y con múltiples altibajos, a José de Salamanca se le atribuyen numerosos negocios con grandes beneficios en sectores como el ferroviario, la construcción, la banca o la inversión bursátil. Probablemente llegó a poseer, en sus mejores momentos, la mayor fortuna de España.

Amparo Ruiz de Luna

Artista de la cerámica y continuadora de una saga de ceramistas, nace en Sevilla en el año 1944. Su padre Juan de Luna Arroyo que nace en Talavera de la Reina en 1889 pero que pasa los últimos 20 años de su vida en Málaga en donde monta un taller y empieza a lloverle muchos encargos. Una de las mejores ceramistas de España, una mujer incansable, enamorada de su trabajo y que nunca perdió la ganas de vivir ni la curiosidad y alegría de la adolescencia. Falleció en 2015.

Maria Espinosa de los Monteros y Dias Santiago

(Estepona 1875-Alicante 1946).mecenas y defensora de los derechos de las mujeres, fue una digna defensora y activista de los derechos de la mujer llegando a coofundar la asociación nacional de mujeres de España, un 20 de octubre de 1918 teniendo como primera sede su casa que estaba situada en c/ barquillo número 4 de Madrid. Siendo muy joven, se convirtió en la directora general y presidenta de la casa de máquinas de escribir Yost Writing Machine Company, fabricadas en Bridgeport (Connecticut, USA).

Concepción Lazarraga

(Primera mujer farmacéutica en Málaga) debió de pertenecer a una clase acomodada de su tiempo, aunque no se sabe con cierta fiabilidad cuando nació, algo que debió de ser a finales del siglo XIX. Sí se sabe que sus estudios como estudiante adelantada la llevaron a ser becada en Nueva York junto a otras compañeras en un intercambio de alumnas con América.

Al poco tiempo volvieron y nuestra biografiada está ya en 1923 regentando una farmacia que estaba situada en calle Santa Lucia en el número 3, que regentó hasta su muerte en el año 1967. El hecho de ser la primera mujer en regentar una farmacia en Málaga en el tiempo que le toco vivir es un hito para ese momento y abrió la puerta para las futuras generaciones que se preparaban para ejercer esta profesión.

Antonio Alcaide García

Científico antequerano, le debemos el desarrollo medicinal del Ibuprofeno debido a un equipo de investigación en el que participó.

La participación directa de Antonio Alcaide García en el desarrollo del ibuprofeno coincide con el momento en que la patente estaba a punto de

expirar. No se podía creer que un fármaco tan extraordinario iba a pasar de largo de esa forma y no se resistía a proponer más investigación en otras nuevas formas de dolor e inflamación. Ante ello, se decidió a hacer más investigación clínica con nuevas formulaciones y se inició una etapa para explicar, por medio del doctor Adams, en ciclos de conferencias las bondades científicas del producto. Ahí empezó su implicación en el desarrollo: El doctor Adams, rodeado de todo un séquito, puso como condición que Antonio Alcaide le acompañara con su apoyo científico, ya que él desempeñaba el cargo de director de investigación de la filial de BOOTS en Alcalá de Henares.

Su investigación, intentando buscar el mecanismo de acción íntimo para demostrar que se puede regular el sistema inmunológico como base a la regulación de muchas enfermedades como las cardíacas, oncología y encontrar la raíz de todas las enfermedades en este sistema inmunológico. En su análisis expone “con un buen sistema inmunológico, se puede frenar toda enfermedad”. Seguramente, la próxima vez que tomemos algún ibuprofeno, notaremos un sabor malagueño en su esencia, procedente del científico antequerano Antonio Alcaide García.

Victoria Kent Siano

Málaga, 1898 – Nueva York, 1987. Política española en una época en la que las mujeres apenas tenían intervención en la vida pública española, Victoria comenzó a romper las barreras al estudiar Derecho en la Universidad de Madrid, hacerse abogada (fue la primera mujer en ingresar en el Colegio de Abogados de Madrid en 1924, en plena dictadura de Primo de Rivera) y asumir la defensa de Álvaro de Albornoz ante el Tribunal Supremo de Guerra que le juzgó en 1930 por firmar un manifiesto republicano (fue la primera mujer del mundo que ejerció como abogada ante un tribunal militar).

Victoria era hija de un sastre malagueño y su madre se dedicaba como la inmensa mayoría de las mujeres de la época a las labores del hogar. En 1924 se licencia y un año después solicita su ingreso en el Colegio de Abogados de Madrid, convirtiéndose así en la primera mujer que ejerce la abogacía en España. Tras proclamarse la Segunda República (1931) se presentó a las elecciones por el Partido Radical Socialista y obtuvo un escaño de diputada en las Cortes constituyentes.

Victoria defiende que la mujer no podrá ejercer su derecho al voto hasta que no cuente con una formación previa. En 1987 fallece en Nueva York a los noventa años.

José Gálvez Ginachero

El Doctor Gálvez nació en Málaga el 29 de septiembre de 1866. En 1893 ingresó, a los veintisiete años, por oposición, en el Cuerpo Facultativo del Hospital Civil provincial de Málaga, como médico en el departamento de Obstetricia y Ginecología. De él fue director desde 1893 hasta su muerte en 1952. Sus libros de visita registran la cifra aproximada de 150.000 mujeres sólo en este centro. Nunca cobró su sueldo pues se lo entregaba a la superiora del Hospital para los más pobres.

Fundador de la Maternidad Provincial de Málaga, consiguió para la ciudad la creación de la Escuela de Matronas. Elegido por votación, el 15 de junio de 1921, presidente del Colegio Médico de Málaga. Fundador de las Escuelas del Ave María. Para su primera ubicación en el Pasillo de Natera, su esposa y él donaron los terrenos. Fue nombrado presidente vitalicio del Patronato de dicha institución.

José Gómez Ocaña

(Málaga, 1860–1919) fue un médico malagueño pionero en la investigación experimental de los centros ópticos en la corteza cerebral. Su importancia histórica radica, además, en su actividad docente, pues complementaba su dedicación a la práctica experimental con un sólido fundamento teórico basado en un conocimiento riguroso de la bibliografía internacional más actualizada.

Fue miembro de la Real Sociedad Española de Historia Natural y su presidente en 1909. Publica en 1896 el compendio Fisiología humana teórica y experimental, que logró cinco ediciones en veinte años. Publica además varios trabajos y participa en varios congresos internacionales. En sus últimos años, se dedicó al estudio experimental de las acciones de los iones calcio, sodio, magnesio y potasio. Fue también senador desde 1914 hasta su muerte.

Cónsul General Juan Hoffmann

Es el sucesor del Colegio Alemán de Málaga, que fue fundado en 1898 y existió hasta el año 1945. El objetivo original del Colegio era el de prevenir que los hijos de los alemanes residentes en Málaga perdiesen el contacto con su lengua materna y la cultura alemana, aunque pronto se añadió otro, el de ofrecerles a alumnos malagueños la oportunidad de una educación alemana.

En 1967 los alumnos del Colegio Alemán se convirtieron en huéspedes del colegio vecino como “Sección alemana del Colegio ECOS”. El número creciente de residentes alemanes en la Costa del Sol había conllevado un considerable incremento del alumnado sin que hubiera sido posible financiar un edificio escolar propio. En los años siguientes, ambos colegios experimentaron tal expansión que en 1975 se efectuó la separación. La inauguración de un edificio escolar propio al final del mismo año marca el comienzo de la tercera fase en la historia del Colegio refundado.

3. MÁLAGA Y PROVINCIA: OPORTUNIDADES

Emprender en Málaga es positivo y así lo refleja el informe de CEM 16/17:

http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2017/MemoriaAnual_CEM17_FINAL.pdf

Málaga cerró 2016 con una tasa de crecimiento del 3%, una décima por encima del regional. Esta recuperación se espera se afiance en 2017, con una previsión de incremento del PIB cercana de nuevo al 3,1%, muy similar al promedio esperado para Andalucía y España.

La provincia de Málaga, por vigésimo segundo año consecutivo, sigue liderando la creación de empresas a nivel andaluz e incluso las altas de autónomos. En 2017 se constituyeron 5.512 sociedades en la provincia; cifra que permite mantener la ratio que indica que una de cada tres constituidas en Andalucía, nace en Málaga. Y fruto de un mayor crecimiento en las sociedades puestas en marcha en 2016, se puede afirmar que en la provincia se crearon unas 15 sociedades al día (una más que en 2015). Ya es la tercera provincia con más generación de empresas, después de Madrid y Barcelona.



5

RECURSOS PARA LAS PERSONAS EMPRENDEDORAS

1. RECURSOS PARA EMPRENDEDORES EN EL ÁMBITO EUROPEO

En el ámbito europeo, existe la Red de Ventanillas Únicas de todos los países que integran la Unión Europea y se denomina EUGO.

En la dirección web www.eugo.es puedes acceder a la Ventanilla Única de España:



Este portal va dirigido a todos los empresari@s y emprendedor@s que necesiten autorizaciones, inscripciones en registros, licencias, etc. que son requisitos para realizar una actividad económica remunerada en España. A través de este portal, es posible acceder a la información necesaria para cumplir los requisitos y hacer la tramitación online.

En relación con la información acerca del acceso a financiación por parte de emprendedor@s y empresari@s, la Unión Europea ha diseñado una herramienta interactiva de consulta que permite conocer qué entidades gestionan fondos europeos para financiar proyectos a emprendedor@s y empresari@s.

Puedes acceder a la herramienta a través de la siguiente dirección:

<http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access,-to-finance/search/es/access-eu-finance-nuts>

Tan solo debes seleccionar el país en este caso España en el mapa y se abrirá en

tu pantalla el listado de entidades que brindan financiación a proyectos de negocio (préstamos, avales e inversión en capital, para diferentes tipos de empresa por tamaños y sectores). Puedes descargar el listado en formato pdf al disco duro de tu ordenador:



En el ecosistema europeo de apoyo a las personas emprendedoras es relevante conocer a través de qué programas y líneas es posible acceder a ayudas y financiación.

Así, por ejemplo, los jóvenes emprendedores pueden optar a participar en el programa **Erasmus for Young Entrepreneurs**: <http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=4> que consiste en financiar parcialmente una estancia de entre 1 a 6 meses a jóvenes emprendedores que deseen adquirir habilidades de gestión y dirección de empresas conviviendo y colaborando con empresarios experimentados.

Por su parte, las pymes ya constituidas pueden solicitar financiación a La Unión Europea a través de subvenciones, préstamos, garantías, etc. Para consultar qué líneas y programas se encuentran vigentes en cada momento puedes acceder al Portal Europeo para las pymes en la dirección web: http://ec.europa.eu/small-business/index_es.htm



O también consultar la página web de la representación en España de la Comisión Europea a través de la dirección web.

https://ec.europa.eu/spain/business-funding_es



2. RECURSOS PARA EMPRENDEDORES EN ESPAÑA

En el ámbito nacional, el portal web de referencia es el de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, donde puedes encontrar recursos de toda índole para informar y asesorar a las personas emprendedoras. La dirección del sitio web es: <http://www.ipyme.org/>

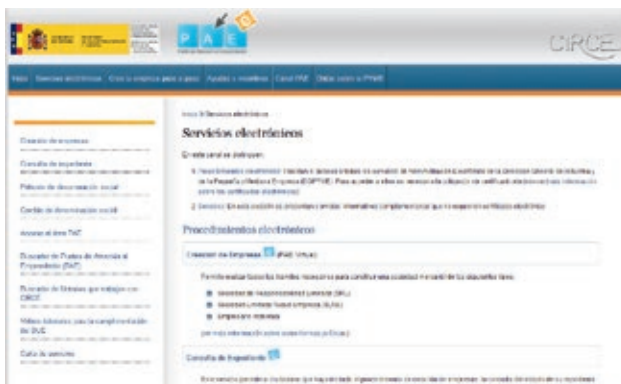


Junto a este portal web, otra dirección web de referencia es: <http://portal.circe.es/es-ES/Paginas/Home.aspx> desde la cual puedes acceder al **Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE)** y al **Sistema de Tramitación Telemática** que pueden utilizar tanto las personas emprendedoras como el personal que trabaja en entidades que cuentan con la consideración de **Punto de Atención al Emprendedor (PAE)**:



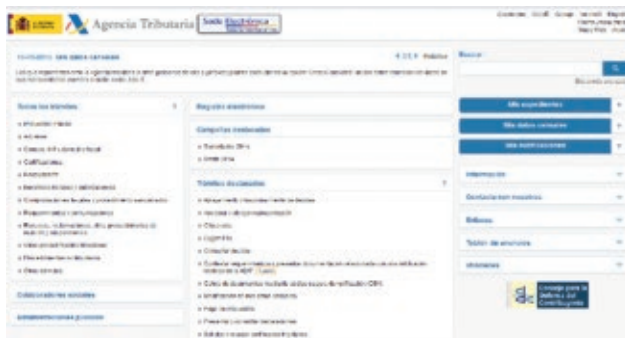
La versión virtual de los Puntos de Atención al Emprendedor se puede ver en el siguiente enlace:

<http://www.paelectronico.es/es-ES/Servicios/Paginas/Servicios.aspx>



Las instituciones y organismos vinculados con la creación de empresas ponen a disposición de las personas emprendedoras aplicaciones telemáticas que permiten realizar numerosos trámites. De ahí la importancia de conocer los portales web de las siguientes instituciones pertenecientes a la Administración Pública estatal:

- **Sede electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT):**
<https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/Inicio/Inicio.shtml>



- **Sede electrónica de la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS):**
https://sede.seg-social.gob.es/Sede_1/index.htm



- **Sede electrónica de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social:**
http://www.empleo.gov.es/es/sede_electronica_menu/index.htm



- **Página web del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE):**
<http://www.sepe.es/contenidos/autonomos/index.html>



- **Portal de Autónomos Empléate** promovida por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social y específicamente dirigida a todas aquellas personas que optan por constituirse como empresari@s individuales o autónom@s: <https://www.empleate.gob.es/autonomos/index.html#/creaTuEmpleo>



- **Registro Mercantil Central (RMC):** <http://www.rmc.es/>



- Página web del **Departamento CERES** (CERTificación ESpañola) para la solicitud del certificado digital de usuario que expide la **Fábrica Nacional de Moneda y Timbre de la Real Casa de la Moneda (FNMT - RCM)**
<http://www.cert.fnmt.es/>



- Página web de la **Cámara de Comercio de España**: es una corporación de derecho público y el órgano de representación y coordinación de todas las Cámaras de Comercio territoriales ante instancias estatales e internacionales.
<https://www.camara.es/>



¿Tienes un proyecto en mente y necesitas apoyo para darle forma y crear tu empresa? Antes de dar el paso y ponerte en marcha, ten en cuenta los siguientes aspectos..

<https://www.camara.es/creacion-de-empresas/concretar-la-idea-de-tu-negocio-y-crear-tu-empresa>



3. RECURSOS PARA EMPRENDEDORES EN ANDALUCÍA Y EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

En Andalucía, el portal web de referencia para las personas emprendedoras es el de **Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza** cuya dirección es: <http://www.andaluciaemprende.es/> perteneciente a la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía:



En el portal web de la **Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA** perteneciente a la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía también puedes encontrar información y recursos útiles para las personas emprendedoras: <http://www.agenciaidea.es/>



Las organizaciones empresariales, como la **Confederación de Empresarios de Andalucía** y sus delegaciones provinciales, también ofrecen apoyo y recursos a las personas emprendedoras: <http://www.cea.es>



Mención especial merece el proyecto Fomento de la Cultura Emprendedora y del Autoempleo desarrollado por CEA y sus Organizaciones Territoriales con la financiación de la Consejería de Economía y Conocimiento para el fomento de la

cultura emprendedora que incluye un conjunto de actuaciones encaminadas a apoyar y promover la generación de nuevas empresas.

<http://masempresas.cea.es>



En Málaga, la **Confederación de Empresarios de Málaga (CEM)** realiza una intensa labor de apoyo, asesoramiento y realización de los trámites necesarios para la creación de una empresa: <http://www.cem-malaga.es>



Fruto de esta labor destaca la creación por parte de CEM del Club de Emprendedores de Málaga “*como herramienta que aspira a favorecer la generación*

de nuevas iniciativas empresariales en nuestra provincia, así como a promover la cooperación entre empresas”: <http://clubemprendedoresmalaga.es/>



Por otra parte y como resultado de la preocupación conjunta del Ayuntamiento de Málaga y la Confederación de Empresarios de Málaga se pone en marcha por parte de ambas instituciones un instrumento al servicio del inversor denominado Centro de Atracción de Inversiones de Málaga (CAI) cuya finalidad es facilitar la creación de entornos creativos y favorables de la actividad empresarial, que facilite la coordinación de los procesos derivados de la implantación de nuevas actividades productivas y las inversiones necesarias y sostenibles para el empleo y el territorio malagueño. Todo ello, con la aspiración última de fortalecer el liderazgo de Málaga como capital económica de Andalucía.

<http://forinvestormalaga.com>



Además de las iniciativas para el fomento y difusión de la cultura emprendedora que CEM lleva a cabo en estrecha colaboración con la **Cámara Oficial de**

Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga, esta institución realiza una amplia serie de acciones dirigidas al mundo emprendedor, destacando, entre otros, sus servicios en los Viveros de Empresas que dispone en Málaga y San Pedro Alcántara (Marbella).

<http://www.camaramalaga.com/desarrollo-empresarial/vivero-empresas/>



Igualmente, la **Cámara Oficial de Comercio, Industria Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga de Comercio de Málaga** desarrolla diversos programas dirigidos a la creación y consolidación de empresas, como el de Fomento del Espíritu Emprendedor, España Emprende o el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM).

<http://www.camaramalaga.com/desarrollo-empresarial/programa-paem/>



La **Diputación de Málaga**, a través de su área de Empleo, desarrolla numerosas iniciativas encaminadas a mejorar la inserción laboral de la población a través del fomento de la cultura emprendedora, apoyo financiero, oferta formativa, etc.: <http://www.malaga.es/empleo/>



En el ámbito local, las personas emprendedoras y el personal que les presta servicios de asesoramiento y orientación pueden encontrar en el sitio web del **Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE)**, perteneciente al Ayuntamiento de Málaga, un amplio abanico de recursos de utilidad: <http://imfe.malaga.eu/>



La sede electrónica del **Ayuntamiento de Málaga** ofrece la posibilidad de realizar trámites cuya gestión corre a cargo de la corporación local, como es el caso de la emisión de determinados permisos y licencias de actividad:

<http://www.malaga.eu/>



Ambas entidades, es decir el Ayuntamiento de Málaga y el Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE) han creado **Bitácora Emprendedora**, una herramienta online que pone a disposición de los usuarios información y recursos para la creación de una empresa: <http://www.bitacoraemprendedora.com/>



El Ayuntamiento de Málaga también cuenta con la empresa municipal **PROMALAGA**, entidad cuya finalidad primordial es el impulso empresarial, el fomento del emprendedor, la innovación tecnológica y la promoción de la inversión internacional:

<http://www.promalaga.es/>



La Red Europea de BICs –*European Business and Innovation Centre Network (EBN)*–: <http://www.ebn.eu/> tiene presencia en Málaga a través de Bic Euronova S.A., el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Málaga: <http://www.bic.es/>



El apoyo a los emprendedor@s que surgen del ámbito universitario es una de las funciones de la **Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación (OTRI)** perteneciente a la **Universidad de Málaga** <http://www.uma.es/otri/>



Esta labor de promoción y apoyo de las empresas surgidas del conocimiento universitario, también denominadas spin off, se ha materializado en la creación del **Campus de Excelencia Internacional (CEI) Andalucía TECH** a iniciativa de la **Universidad de Sevilla** y de la **Universidad de Málaga**: <http://www.andaluciatech.org/>



Para finalizar, los jóvenes empresarios que quieran desarrollar un proyecto de negocio en Andalucía cuentan con los servicios de apoyo y orientación de la **Fundación Andalucía Jóvenes Empresarios (AJE)**: <http://www.ajeandalucia.org/>



Fundación que cuenta con representación en todas las provincias andaluzas. En el caso de Málaga, a través de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga (AJE - Málaga): <http://www.ajemalaga.org/>



Como has observado, a lo largo de este capítulo hemos hecho una recopilación de las direcciones web pertenecientes a aquellas entidades públicas y privadas que, tanto en el ámbito nacional, como autonómico y local, consideramos que el futuro emprendedor debe conocer. En unos casos, se trata de entidades que aportan información y realizan una labor de difusión de la cultura emprendedora. En otros casos, se trata de organismos que apoyan y facilitan la creación de empresas hasta el punto de que algunos de ellos están implicados en el proceso de tramitación para su constitución (AEAT, TGSS, RMC, SEPE, etc.).

6

NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

1. NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO 2017

Los nuevos perfiles profesionales en 2017 tienen que ver con servicios a personas dependientes, ecología y medio ambiente y nuevas tecnologías aplicadas al marketing digital. (Agencia de colocación Ocupa2, diciembre 2016)

Los nuevos **yacimientos de empleo** responden a nuevas necesidades de la sociedad que no están siendo cubiertas con los perfiles profesionales existentes, y es por ello por lo que son una gran oportunidad para lograr un empleo con perspectivas de futuro.

No obstante, normalmente son **puestos de trabajo** que requieren de una especialización, por lo que es fundamental formarse con previsión, en base a estimaciones de la posible demanda de estos nuevos perfiles en el mercado laboral.

¿EN QUÉ SECTORES SE ENCUENTRAN LOS NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO?

Según distintos informes del **mercado laboral en España**, los nuevos yacimientos de empleo están relacionados fundamentalmente con tres ejes de actividad:

Por un lado, servicios que tienen que ver con el progresivo envejecimiento de la población.

En otro orden, servicios relacionados con la necesidad de salvaguardar el medio ambiente, y con la creciente cultura de la reutilización y de los valores de lo ecológico y "lo verde".

Por último, las nuevas tecnologías aplicadas al marketing digital se han convertido en un sector transversal que abarca prácticamente al 100% de los sectores de actividad.

¿CUÁLES SON LOS PERFILES PROFESIONALES MÁS DEMANDADOS EN 2017?

Teniendo en cuenta los sectores emergentes anteriormente mencionados, algunas de las profesiones con más salida profesional en 2017 son:

1. Servicios relacionados con el envejecimiento de la población:

- Cuidador o asistente domiciliario.
- Reparto a domicilio.

- Auxiliar de ayuda a domicilio.
- Atención sociosanitaria en instituciones sociales.

2. Servicios relacionados con la protección del medio ambiente:

- Técnico en salud ambiental.
- Técnico de espacios naturales.
- Coordinador de sostenibilidad.
- Asesor de cambio climático.

3. Nuevas tecnologías aplicadas al marketing digital:

- Especialista en posicionamiento en buscadores (Programadores SEO y SEM).
- Experto en Marketing Digital.
- Especialista en Cloud Computing.
- Gestor de contenidos digitales.
- Otra división de nuevos yacimientos de empleo se puede establecer en los siguientes grupos:

SERVICIOS DE LA VIDA DIARIA

Servicios a domicilio: Comidas a domicilio, acompañamiento a personas mayores, enfermas en su domicilio; servicios de limpieza y planchado; servicios administrativos.

Cuidado de niños: cuidado y educación de niños por debajo de la edad escolar; actividades deportivas y recreativas.

NTIC: Telemedicina, formación a distancia, teletrabajo; servicios a las empresas (información económica, servicios comerciales, contabilidad a distancia, asistencia especializada).

Ayuda a jóvenes en dificultad y a su inserción: ayudas en los deberes escolares; centros de inserción profesional; empresas de inserción.

SERVICIOS DE MEJORA DEL MARCO DE VIDA

Mejora de la vivienda: Rehabilitación, reforma y mantenimiento de viviendas.

Seguridad: Servicios de vigilancia y acogida; instalación de materiales de seguridad; parkings; televigilancia.

Transportes colectivos locales: Servicios especializados con determinados colectivos de usuarios.

Revalorización de los espacios públicos urbanos: Rehabilitación de espacios públicos y barrios; iniciativas económicas comerciales en zonas antiguas de las ciudades.

Comercios de proximidad: comercios en zonas rurales; comercios en barrios urbanos no céntricos; puntos comerciales multiservicio en zonas desfavorecidas.

SERVICIOS CULTURALES Y DE OCIO

Turismo: Turismo rural y cultural y otros nuevos fenómenos turísticos; servicio de acompañamiento y acogida turística; nuevos servicios turísticos temáticos.

Sector audiovisual: Producción y distribución de películas; producción y distribución de emisiones televisivas; televisión interactiva; acceso a distancia a bibliotecas.

Valorización del patrimonio cultural: Restauración de lugares de interés cultural; servicios de difusión de la cultura.

Desarrollo cultural local: Actividades de valorización de los recursos y actividades culturales locales como música, folklore, teatro, gastronomía, artesanía, etcétera.

SERVICIOS DE MEDIO AMBIENTE

Gestión de los residuos: Recogida selectiva y tratamiento de los residuos, actividades de investigación para la reutilización de los materiales recuperados.

Gestión del agua: Realización y gestión de infraestructuras de gestión agua; asistencia a la gestión de infraestructuras locales; explotación turística y deportiva las reservas hidráulicas.

Protección y mantenimiento de las zonas naturales: Actividades de protección y mantenimiento de las zonas naturales; gestión de Parques y Reservas Naturales.

Control de la contaminación: Producción de bienes y de servicios ligados a tecnologías menos contaminantes; desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías de economía de la energía.

Por tanto, como emprendedor, estos **yacimientos de empleo** te permiten orientar tu idea de negocio y adaptarla para ajustar tu plan de empresa tal y como hemos visto en el capítulo 3.



**55
HISTORIAS
DE
EMPRENDEDORES**

AERTEC SOLUTIONS



"SLOW AND STEADY WINS THE RACE". DEDICATE A AQUELLO QUE TE APASIONA, PON TODA TU ENERGÍA EN ELLO, NO PIERDAS EL FOCO Y TRABAJA PARA QUE CADA AÑO SEAS MEJOR QUE EL ANTERIOR SIGUIENDO TU CAMINO.

**ANTONIO GÓMEZ-GUILLAMÓN
Y VICENTE PADILLA**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

La creación de una empresa de ingeniería aeronáutica con actividad en proyectos para aeropuertos, la industria aeroespacial y la defensa.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Inicialmente queríamos trabajar en asistencias técnicas de ingeniería para aeropuertos y otros espacios que requiriesen infraestructuras complejas. Con el tiempo decidimos abandonar todo lo que no fuese aeronáutico para ampliar nuestra ingeniería a la industria aeroespacial y la defensa.

En la actualidad somos una ingeniería aeronáutica que trabaja en aeropuertos, industrias aeroespaciales y defensa. Trabajamos como consultores, ingenieros de planificación y diseño y como desarrolladores e integradores de sistemas.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es bueno escribir algo en todos los capítulos para los tres primeros años. En realidad es muy difícil hacerlo ya que al principio se tiene poca información y se tira de intuición. Al terminar el primer año es importante hacer una reflexión realista de qué es lo que funciona y qué no, realimentar el plan enfocándose en aquello en lo que pensamos que podemos aportar más valor y encontrar elementos diferenciadores. Al terminar el segundo año hay que volver a enfocar y realimentar. Al tercer año debes tener clara tu actividad y tu target de clientes, para ser muy bueno en ello y crear marca, concentrar esfuerzos renunciando a todo aquello que te despista de tu objetivo de ser el mejor en algo.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

El primer año tuvimos el apoyo financiero de una empresa consolidada que formaba parte del accionariado, mientras los socios trabajadores mantuvimos el coste más bajo posible durante los primeros años. A partir del segundo año la financiación fue con medios propios y financiación de circulante por entidades financieras.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Hoy en día tenemos una web que no solo transmite una imagen atractiva de la empresa, sino que además capta el uso que se hace de la misma y nos da mucha información. La web es muy dinámica en contenidos y se realimenta con un blog y el uso de redes sociales, principalmente LinkedIn, Twitter y Youtube.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Entrábamos en un sector, el de los aeropuertos, que en España tiene un muy alto componente público, con licitaciones complejas y que requerían solvencia de la empresa. Otro problema importante es lo tarde que pagan los clientes en España, esto obliga a financiar las operaciones y el crecimiento cuando todavía no tienes suficiente solvencia e historia para las entidades financieras. El tercer problema es intentar entender y seguir una burocracia terrible: laboral, mercantil, fiscal, municipal; que te roba un tiempo y recursos preciosos que deberías estar usando para el negocio en vez de para actividades no productivas.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Nos costó darnos cuenta de lo importante que es mantener el foco en aquello en lo que quieres ser realmente bueno. La internacionalización era importante para nosotros pero comenzamos a viajar de forma un tanto alocada, sin un plan y sin hacer un estudio suficiente de cada mercado al que nos dirigimos. Otro error, también ligado al proceso de internacionalización, fue pensar que los países emergentes generarían más oportunidades, cuando en realidad las reglas no son claras, tiene mucho más riesgos y no valoran necesariamente el buen hacer de la empresa.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Trabajas muchísimo, pero lo haces en aquello que te apasiona.
- Cada día es una aventura, no hay espacio para el aburrimiento.
- Si eres capaz de crear entusiasmo en el equipo se llega más lejos y se disfruta mucho más.
- Eres dueño de tu destino.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Los primeros años la diversificación está sobrevalorada, no lo hagas. Céntrate, especialízate y no pierdas el foco.
- Trabaja para ser el mejor en algo y piensa desde el primer día que el mercado es global.
- Léete el libro “Los 7 hábitos de la gente altamente eficaz”.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Para una empresa tecnológica es uno de los mejores sitios del mundo.

AL ANDALUS TRAVEL AGENCY



"APRENDER A CADA PASO QUE DAS, INNOVAR, EXPERIMENTAR Y EJECUTAR SIN DILACIÓN. NO ESPERAR EL MEJOR MOMENTO. EL MOMENTO LO DECIDES TÚ Y TODOS SON BUENOS. LA BUSQUEDA DE LA EXCELENCIA NO DEBE APLAZAR TU LANZAMIENTO YA QUE EL CAMINO SE HACE AL ANDAR"

JOSÉ LÓPEZ ROJAS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Al Andalus Travel Agency como DMC, receptiva y organizadora de eventos da soporte a las necesidades organizativas que tienen las empresas, profesionales y grupos. Como agencia de viajes diseña y comercializa experiencias únicas y pone en valor los recursos del destino Andalucía para grupos e individuales.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Crear una agencia de viajes que saliera fuera de los estándares habituales y se centrara en la vivencia y experiencia del visitante y dar soportes a otras empresas exteriores con el know how de destino adquirido durante estos años.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es el punto de partida y de referencia en la ejecución del proyecto y su seguimiento ayuda como brujula para no perder la dirección o para trazar otro rumbo si es necesario.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

En el lanzamiento inicial contamos con la ayuda de subvención del programa Innocamara y posteriormente la financiación ha sido propia con aportaciones de socios para ampliación de capital.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Las habituales y más extendidas: Facebook, Twitter, Google+, Instagram y Pinterest.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Retraso de proveedores en la entrega de plataforma web
- Gestión de socios iniciales y de personal
- Mercado cambiante y competencia desleal.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No han sido errores. Ha sido aprendizaje. Seguro que cometeré más en el futuro. Pero si hay que definirlos como tal, serían: no parar a tiempo un desarrollo y buscar nuevos proveedores; dilatar la toma de decisiones en la gestión de personal y no centrar el foco del proyecto desde el inicio.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Salvar los obstáculos externos e internos y conseguir ejecutar las diferentes fase del proyecto hasta darle vida. Ahora el reto es la continuidad y excelencia.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Párate y piensa antes de ejecutar, pero no te quedes parado esperando los mejores vientos, lánzate a navegar.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Málaga es una ciudad hospitalaria, cosmopolita y abierta y su ubicación geográfica es ideal para desarrollar proyectos de diferente tipología. Es necesario crear una cultura de cooperación y co-creación, más allá de la corta visión del concepto de competencia tradicional. Esto nos ayudará a mejorar resultado, innovar y optimizar recursos.

ALMACENES CARMONA S.A.



*“ESFUERZO,
CONSTANCIA, E ILUSIÓN
EN LO QUE HACEMOS”*

**FRANCISCO JAVIER
CARMONA RODRÍGUEZ**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Distribuir alimentación polivalente a toda la hostelería del sur de España. Ser una solución integral para los restauradores de Andalucía ofreciéndoles todos los productos que necesitan para su negocio a tres temperaturas en un mismo vehículos de reparto en 24 horas desde el pedido.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea de negocio ha ido evolucionando con los años. Nuestro abuelo y fundador de la empresa, Manuel Carmona Pérez inició el proyecto desde un pequeño puesto de frutas y verduras en la plaza de abastos de Antequera. Siguieron sus hijos aumentando la gama de productos comercializados en unas instalaciones más grandes en el polígono industrial para toda la provincia de Málaga y Comarca; y a día de hoy la tercera generación ha ampliado sus miras para toda Andalucía y modernizando los procesos productivos.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es importantísimo. Sin embargo nuestra empresa a lo largo de su historia no ha tenido la suerte de poder planificar todo lo que hubiera querido. A día de hoy somos conscientes de que tener definidos los objetivos y estrategia empresarial, la necesidad de recursos financieros y su viabilidad, además de definir una imagen empresarial, es de vital importancia.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

En el transcurso de más de 80 años de negocio la empresa ha recurrido a todos los medios de financiación que ha tenido a su alcance. Con especial mención a los préstamos y medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, básicamente todas.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

La financiación del proyecto siempre ha sido esencial y determinante. Los medios tecnológicos y logísticos también.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No planificar esencialmente es un error cada vez menos asumible.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Tener una empresa familiar con 80 años de antigüedad donde la tercera generación encuentra su desarrollo profesional. Poder emplear a 180 trabajadores y estar orgullosos de lo que hacemos.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Paciencia.
- Constancia.
- Dedicación.

Planificar bien cada paso y estudiar el mercado conociendo bien a tus clientes. Pensar en estrategias a medio-largo plazo y trabajar al máximo a corto plazo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Nuestra ubicación en Antequera es esencial debido a su excelente ubicación geográfica en el corazón de Andalucía nos permite estar en un radio de 30 Km limítrofes con 4 provincias andaluzas.

ALMENDRERA DEL SUR (ALMENSUR)



*“TESON, SACRIFICIO
Y TRABAJO”*

ANTONIO HIDALGO OCAÑA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Organizar el sector cooperativo de los frutos secos de Andalucía, y convertir, a una entidad de unos 500 agricultores de la provincia de Málaga, en una gran organización de productores de almendras, de más de 4.500 socios, de toda nuestra comunidad autónoma.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Lograr que Almensur llegase a ser la primera cooperativa de frutos secos de Andalucía, creciendo en dimensión y competitividad, en innovación y especialización tecnológica.

Hoy nuestra cooperativa desarrolla un plan de información y formación por toda nuestra región, a fin de promover un crecimiento ordenado y coherente del cultivo de la almendra. Asimismo, estamos exportando el 70% de nuestra producción.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es un pilar básico para la iniciación de cualquier proyecto.

Recomiendo ser metódico y minucioso en su elaboración, dejando en todo momento un margen de maniobra para imprevistos.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Préstamos y polizas de crédito; subvenciones y fondos propios (aportación de socios).

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Página web; mail, Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial

- Financiación.
- Innovación tecnológica.
- Personal cualificado.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Contratar personal sin cualificar.
- No apostar por la innovación desde el inicio.
- Confiar demasiado en las ayudas públicas.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Muchas horas de trabajo, sacrificio personal y familiar.
- Comprobar que mi sueño, al fin, se hizo realidad.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Actitud positiva en todo momento.
- Rodearse de buenos profesionales y asesores.
- Afrontar las dificultades sin miedo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Muy positivamente.

ANDALOES S.L.



“CREE SIEMPRE EN TI Y TU PROYECTO Y ALCANZARÁS TU OBJETIVO”

**ANTONIO CAÑAS GALVEZ
Y NATALIA RAMÍREZ**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Ofrecer a todos los que desean beneficiarse de las excelentes propiedades del Aloe Vera de Andalucía una gama de cosméticos naturales creada exclusivamente para cuidar todos tipos de pieles (cuidados faciales/corporales/solares).

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Crear toda una gama de productos andaluces naturales y saludables.

Dando nacimiento a una nueva marca ANDALOES (A de Antonio; N de Natalia ANDA de Andalucía ALOE de Aloe Vera y S de Spain).

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Estudiar el mercado local existente y beneficiarse de los consejos de los interlocutores de los CADE para acompañarte en cada paso de tu creación de empresa. Poner todo tu entusiasmo y creer en ti y en tu proyecto.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Nosotros hemos empezado con nuestros propios medios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook e Instagram y hemos creado una página venta on Line y también les damos las gracias a la televisión de Torremolinos para ofrecernos una entrevista para presentar nuestros productos a base de Aloe Vera.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Empezamos nuestro proyecto en Francia, hemos tenido que viajar mucho antes de encontrar el laboratorio adecuado para fabricar nuestros productos.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Confiar en personas que nos hicieron creer que tenían todas las competencias y medios que necesitábamos para avanzar en nuestro proyecto y al final no los tenían.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Entusiasmo.
- No contar las horas de trabajo.
- Disfrutar trabajando.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Cada proyecto es único y personal, rodéate de todos los profesionales e instituciones que te apoyen y aconsejen para desarrollar tu proyecto.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Por su situación geográfica y clima excepcional Málaga acoge a turistas de todo el mundo y nuestra gama está pensada no sólo para los clientes españoles sino también para los turistas y que a través de ANDALOES se lleven un poco de las riquezas de nuestra tierra con el Aloe Vera tan excepcional que tenemos.

ANP SERVICIO DE PREVENCIÓN AJENO S.L.



*“EL ÉXITO ES
UN 99 % TRABAJO
Y UN 1 % DE SUERTE”*

JUAN LUIS CEBRIÁN GARRIDO

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Tras la publicación de la ley 31/95 de Prevención de Riesgos Laborales, y el RD 39/97, donde se creaba la obligación de gestionar la prevención en la empresa, dando cuatro posibilidades al empresario de hacerlo, una de ellas era la de la contratación de un servicio de prevención ajeno, que en aquel momento no existían.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial se concretó en el mismo proyecto final, por el encorsetamiento de la normativa vigente.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es importante para tener claro, todos los problemas y situaciones que te puedes encontrar, y es muy importante para realizarlo contar con gente con conocimientos y experiencias que puedan ayudar a no dejarnos nada en el tintero a la hora de prepararlo y de que no seamos demasiado optimistas con las ventas planificadas.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Inicialmente todo con medios propios, y posteriormente, al ir creciendo también con ayuda de préstamos y muy pocas subvenciones.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Menos de las deseables, estando ahora en ese proceso de poder utilizarlos con mayor éxito a través de un plan de marketing digital.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Autorizaciones administrativas, insuficiencia de medios propios, y falta de subvenciones.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Exceso de confianza, falta de previsión financiera, y no controlar el crecimiento.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

De esfuerzos es el tiempo de dedicación, seguir formándose siempre, y estar al día en todo lo referente al negocio.

En cuanto a recompensas, la primera es la de formar una gran equipo de trabajo, estar satisfecho con la política seguida por la empresa, y la libertad de poder ir aportando y creciendo con la empresa.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Ser precavido, confiar en el conocimiento de los compañeros y tener todo preparado ante una posible quiebra.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Desde Málaga, y por las buenas comunicaciones que tiene hemos podido crecer desde aquí al resto de Andalucía, a Madrid, y a nuestra experiencia en el extranjero.



Breve descripción del proyecto emprendedor.

Arelance es una consultora tecnológica que cubre distintas áreas dentro del sector: Soporte a proyectos a través de la selección y puesta a disposición de talento TIC. Desarrollo de Software a medida del cliente y consultoría de Sistemas y Formación TIC.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial surgió a raíz de las necesidades detectadas en las consultoras tecnológicas de encontrar profesionales TIC especializados en determinadas materias y que era complicado encontrar a través de las vías habituales. Nosotros dábamos el servicio de búsqueda y selección de talento tecnológico para que formara parte de los equipos de desarrollo de nuestros clientes. Esta fue la idea inicial y el principio del proyecto. A raíz de ahí nos especializamos en formación tecnológica específica. También ofrecemos servicios de consultoría y desarrollo de software a medida del cliente, así como servicios de infraestructuras y sistemas, con lo que se puede decir que ofrecemos soluciones integrales dentro del sector TIC.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es importante pero sin llegar al extremo. Soy de la opinión de que siempre se debe elaborar un plan de negocio para tener una ligera idea de las posibilidades de éxito de nuestro proyecto en el mercado, pero sin caer en el análisis exhaustivo de las distintas variables y datos que vayamos encontrando a lo largo de su elaboración porque la mayoría suelen ser impedimentos para que finalmente descartemos seguir adelante con la idea.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

En nuestro caso fueron al principio recursos propios, aunque escasos, y después pudimos acceder a financiación bancaria principalmente para poder financiar nuestro crecimiento y el circulante de la empresa. También hemos participado en proyectos en los que hemos recibido ayudas a través de subvenciones de distintas instituciones.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Por nuestra actividad estamos presentes en casi todas las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter. También trabajamos mucho con la red profesional LinkedIn y con determinadas herramientas y sitios web especializados en búsqueda de talento tecnológico. A todo esto hay que añadir nuestros propios sistemas de gestión que nos ayudan bastante en el día a día de nuestra empresa.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Para poner en marcha el proyecto no tuvimos grandes dificultades porque al ser una empresa de servicios la inversión no era demasiado elevada y la idea estaba bastante clara, más bien las dificultades surgieron una vez nuestra empresa fue dando sus primeros pasos, ya que nuestro crecimiento fue muy rápido y se producían tensiones de tesorería que necesitaban ser financiadas.

Otra dificultad fue encontrar personal tecnológico especializado.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Sinceramente no hay ningún error del que me arrepienta ya que de todos se aprende, aunque si tuviese que elegir alguno quizá sería pensar mejor las cosas antes de tomar una determinada decisión, y prestar más atención a las personas que componen tu compañía, ya que el día a día te hace centrarte en otros temas que a priori son más importantes, cuándo lo realmente importante son las personas de las que te rodeas.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Aparte de lo que se suele decir respecto a las horas de trabajo empleadas, sacrificios familiares, etc..., cosa que se da por hecha, me vuelvo a reiterar en que el principal esfuerzo del directivo y empresario es saber gestionar a las personas que componen su equipo, ya que cada una de ellas necesita una dedicación individualizada y concreta, y no siempre tienes garantías de éxito. La recompensa es que todos esos esfuerzos tienen su fruto y cuando se mira hacia atrás se ve todo lo conseguido, algo que no se suele valorar en el día a día, pero que mirado desde una perspectiva más amplia te llena de orgullo y alegría.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- No tengas miedo a dar el primer paso, ni el segundo, ni el tercero...
- Busca asesoramiento externo ya que hay buenos profesionales siempre dispuestos a ayudar
- Rodéate siempre de los mejores para que tu proyecto tenga éxito

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Por nuestra tipología de cliente, al ser la mayoría consultoras tecnológicas multinacionales, casi todas se encuentran en grandes ciudades como Madrid y Barcelona, aunque a nosotros siempre nos ha ayudado estar en el Parque Tecnológico, al principio les chocaba bastante que una empresa malagueña fuese a Madrid a ofrecer sus servicios y para todo el territorio nacional.

ASTARTÉ-ESTUDIO DE ARQUEOLOGÍA



*"CON FUERZA Y CONSTANCIA
LA SUERTE LLEGA"*

DAVID GESTOSO MORATE

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Tras varios años de trabajar para otros y viendo las posibilidades de negocio empezamos a plantearnos la necesidad de emprender nuestro propio camino.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

Nuestro proyecto estaba muy claro desde el principio, iba dirigido directamente al mundo de la arqueología.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

En nuestro caso no hicimos plan de negocio porque ya veníamos de verlo desde dentro, por lo que sabíamos lo que hacía falta.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Todos los medios fueron propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Además de la página web, estamos en varias redes sociales, Instagram, Twitter o Facebook.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Mi propio desconocimiento de los aspectos legales y los trámites con la Administración Pública

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Realmente no ha habido ningún error tan grande que pese tanto.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

El esfuerzo mas grande que debemos hacer es tener que salir fuera de tu ciudad cuando sale trabajo. La mejor recompensa es ser tu propio jefe.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Tener paciencia, pensar las cosas tres veces y no tener miedo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Estar en Málaga es, en estos momentos, y con el desarrollo que se da en la ciudad y siendo el nudo de comunicaciones que es, una ventaja para desarrollar cualquier empresa.

BE-MAKE-CREATE,S.L



“CARPEDIANDO EL DIEM”

MANUEL MARTÍNEZ MARTÍNEZ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Nuestra razón de ser es ayudar a las empresas en la mejora de sus procesos a través de la formación presencial y de un asesoramiento personalizado con expertos que puedan aportar soluciones. Todo ello con el valor principal de la empresa que es ponderar la ética en todos nuestros servicios. Queremos innovar en la formación dignificando y aportando nuestros principios éticos.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Aportar a la formación presencial herramientas lúdicas que permitieran a los alumnos adquirir los conocimientos de una forma amena y disfrutaran aprendiendo con acciones formativas. Todo ello fue derivando en cursos, charlas, ponencias y participación en foros y debates siempre con el enfoque de la mejora de la gestión de las empresas.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es básico hacer una introspección sobre todos los aspectos de nuestra idea de negocio. Dedicar tiempo a reflexionar sobre los apartados que permita orientar y priorizar los puntos más importantes. Es conveniente compartir todas las reflexiones con familiares y amigos que puedan darnos una visión crítica constructiva. Aunque ahora se suele aconsejar crear un documento escueto y resumido de nuestro proyecto, considero importante dedicarle semanas, incluso algún mes que otro para perfilar todas las piezas del puzzle de la idea. No dejar cabos sueltos es fundamental en esa reflexión inicial.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Solamente recurrimos a un espacio en el CADE. Los principales gastos los teníamos en la captación de nuevos clientes, principalmente gastos de viajes y manutención que asumimos con medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Creamos una página web “casera” y todos los colaboradores estábamos linkediados. En cualquier caso el boca-oreja era la fórmula que empleamos al principio. Algunos contactos creados a través de las redes sociales han hecho que podamos desarrollar algunos proyectos en Latinoamérica.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

La puesta en marcha de la empresa en 2008 al inicio de la famosa “época oscura” hizo que el crecimiento de la empresa se quedará paralizado y sobre todo que fuésemos muy cautos y austeros en cada paso que dabamos.

El sector elegido: formación presencial y herramientas lúdicas. Cuando empezamos estaba en pleno auge la formación on line, las plataformas de formación, parece que empezábamos con algo desfasado y dónde nos veían como una empresa alejada de la realidad.

El componente ético como aspecto importante en nuestra gestión: creo que era una época que no se valoraban esos parámetros. Quizás se haya avanzado un poco en estos diez años de historia de BMC pero sigue sin haber una especial conciencia en estos temas.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Seguramente los errores son experiencias que nos han servido para el desarrollo de nuestra empresa.

- Pensar que los contenidos que teníamos eran los más interesantes, cuando realmente deberíamos haber escuchado sus necesidades. “ La voz del cliente” es uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta.
- Algunas de las empresas de nuestro sector las veíamos como competencia cuando realmente se podrían haber establecido colaboraciones que podrían haber desembocado en proyectos conjuntos.
- Cuando realizamos nuestro plan de empresa quizás el punto menos desarrollado fue el plan de marketing.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Cuando disfrutas con la actividad que desarrollas no supone ningún esfuerzo.

Supongo que la dedicación al 100% implica no disponer de todo el tiempo libre que gustaría para el ocio.

Un aspecto ambigüo es que uno piensa que montando su propia empresa, por fin dejas de tener jefe. Muy lejos de la realidad, cada cliente es tu jefe.

Una de las satisfacciones mayores es organizar y planificar tu tiempo (dentro de unos límites) pero con bastante flexibilidad.

En mi caso poder trabajar desde casa supuso también otra manera de desarrollar mi actividad profesional.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores

- Aprende a decir que no. Al principio cogemos cualquier proyecto porque pensamos que si nos negamos nunca más nos volverán a llamar. Aunque cueste di “no”.
- No vayas contando tus ideas con la intención de que valoren tu creatividad y tu gran capacidad de generar nuevos proyectos. Los buitres leonados acechan.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Creo que es una gran ventaja a nivel profesional y un privilegio a nivel personal. Después de vivir en siete ciudades españolas y un par de años de experiencia teutona, cumplo este año los 25 años de relación emotivo-afectiva con la provincia de Málaga.

Los que somos de pueblo de interior muchas veces tenemos la impresión en Málaga de estar en constantes vacaciones aunque le dediquemos 25 horas de trabajo al día...

Málaga permite rodearte y colaborar con profesionales de muchos ámbitos y expertos en muchas materias que en otras ciudades sería más difícil de encontrar.

BYPASS COMUNICACIÓN



“CADA DÍA UN MILAGRITO”

IGNACIO DEL VALLE PRIETO

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Supermercado de industrias creativas. Bajo el mismo techo: Agencia de publicidad, estudio de diseño gráfico, editora de publicaciones, productora audiovisual, estudio de grabación de sonido, estudio fotográfico, imprenta digital y agencia de comunicación con gabinete de prensa experto en organización de expertos. Son ocho empresas sincronizadas y especializadas en ofertar la mejor relación calidad-servicio-precio.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Estudio de creativos publicitarios que se ha consolidado como comunidad de creativos enfocados a la comunicación y gestión cultural. Un supermercado de la comunicación creativa.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Imprescindible. Llevamos cumplidos tres planes estratégicos que se han modificado en función de las necesidades y oportunidades de un entorno mutante.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios y póliza de crédito.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Linkedin, Twitter, Facebook hemos sustituido Pinterest por Instagram. Página web con blog.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Captación de clientes.
- Red de colaboradores
- Reducida dimensión

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Se aprende de los fracasos y creo que no son exportables, cada empresa es un mundo particular.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Libertad de acción, elegir para quién y con quien trabajas.
- Mejorar el entorno profesional.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Sirven de poco y menos de los consultores que una vez han quebrado sus negocios dan lecciones magistrales. Nadie escarmienta en cabeza ajena. No obstante para la gestión en todos sus ámbitos: flujos de trabajo, procesos, admnistración financiera es muy importante.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

“Calidad de vida en lo personal y familiar”. En lo profesional se valora y paga muy mal los recursos intangibles. La informalidad y malas prácticas como asalto a la propiedad intelectual ajena. Que plagien, manipulen o reciclen proyectos no remunerados es preocupante. Razón por la que complementamos el radio de actuación en mercados más atractivos. Aún así la evolución es positiva, se va despejando la costa de corsarios y vamos camino de ser una de las capitales de referencia en Europa.

CABEZUDO GESTIÓN DOCUMENTAL S.L. Y CERZO TOPOGRAFÍA



*“QUIEN LA SIGUE,
LA CONSIGUE”*

ROCÍO CABEZUDO GARCÍA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Empresa de Guarda y Custodia de Archivos, Digitalización y Destrucción Certificada (KbDoc) y Asesoría Urbanística (Cerezo Topografía).

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Nuestra idea no dista mucho de la inicial, cuando nos quedamos sin trabajo, quisimos unir nuestras dos profesiones, Técnico en Documentación y Técnico Delineante y dar un servicio global a las empresas, tanto a nivel archivístico como urbanístico.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Me parece importante, pero lo es más conocer a tu competencia, ver en que te puedes diferenciar y tener claro cuanto va a costar poner el negocio en funcionamiento, junto con el tiempo que va a tardar en dar beneficios.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios entre mi socia y yo, algo de parte de la familia y una pequeña subvención del Ayuntamiento.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Sobre todo Facebook y pagina web de ambas marcas.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- El alta de autónomo en la Seguridad Social y en general los trámites con la administración.
- La cantidad de requisitos que se exige para obtener un servicio de asesoría gratuita.
- El alta de la empresa en el CIRCE.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Resolver más cosas por mi misma.
- Lo gratuito no siempre es lo mejor en materia de asesoría, más vale un servicio completo que medios servicios aunque sean gratuitos.
- La paciencia es un grado.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Poder ejercer mi profesión como siempre he querido hacerlo.
- Seguir aprendiendo cada día de cada encuentro, de cada emprendedor.
- La ilusión por mejorar cada día.

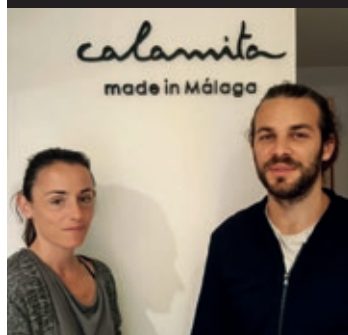
Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

Ante todo, paciencia. Escucha los consejos de otros emprendedores, sólo escúchalos, no quiere decir que a ti te pase lo mismo. Y que nadie cambie la manera en la que quieres llevar tu negocio, es tu sueño, que siga siéndolo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Es una ciudad acogedora, donde comenzar un proyecto empresarial, una ciudad moderna y abierta, donde la imaginación y los sueños se pueden hacer realidad.

CALAMITA



"DESPACITO Y BUENA LETRA: EL HACER LAS COSAS BIEN, IMPORTA MÁS QUE EL HACERLAS".

ANTONIO MACHADO

**ALEJANDRO ARCOS
Y NORA ZURITA**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Nuestro proyecto consiste en el diseño, fabricación y venta de artículos de bisutería, realizados con una aleación de metales bañados en plata y piel.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial era dedicarnos a la venta de nuestros productos principalmente en mercados artesanales. Y de manera complementaria, añadir algún establecimiento, con el que llegásemos a algún tipo de acuerdo. Coincidiendo con un momento en el que existía una gran inestabilidad en los que hasta ahora habían sido nuestros principales puntos de venta, aparece la oportunidad de establecernos en una tienda física de manera permanente.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

En nuestro caso, no nos hemos ceñido a un plan de negocio. Simplemente hemos ido usando un método de acierto-error. Las experiencias han sido las que nos han guiado a la hora de tomar unas decisiones u otras. El hecho de habernos dedicado varios años a la venta en mercados artesanales, nos ha permitido constatar la aceptación de nuestro producto, facilitándonos también la toma de decisiones de marketing: precio, público objetivo, imagen, competencia...

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios generados con las ventas de nuestros productos. Durante dos años estuvimos reinvertiendo en nuestro negocio prácticamente la totalidad de los ingresos obtenidos.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Ninguna.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- La principal dificultad es que para poder tener la posibilidad de vender nuestros productos en mercados artesanales, dependíamos de factores externos que no podíamos controlar.
- Encontrar proveedores acordes a los estándares de calidad que creíamos necesarios para nuestros productos.
- La dificultad a la hora de llegar a acuerdos económicos para establecer una red de puntos de venta.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

El principal error que hemos cometido en cierto momento ha sido no diversificar nuestros puntos de venta. Esto nos generó una gran dependencia de alguno de ellos.

Más allá del punto anterior, no consideramos que hayamos cometido errores importantes. Lo que en un principio hemos considerado un error siempre nos ha terminado sirviendo de algo.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

El principal esfuerzo es el tiempo dedicado a trabajar sin obtener una recompensa económica y sin la certeza de que en algún momento podría obtenerla. Reinvertimos durante varios años casi el total de los beneficios obtenidos.

Trabajar días y horarios en los que mi entorno disfrutaba de tiempo libre.

La recompensa es ser tu propio jefe y tener de la posibilidad de hacer las cosas tal y como consideras que las debes hacer.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Siempre hay que tener presente que lo que está funcionando en un momento determinado puede dejar de hacerlo, y hay que tener siempre un plan B.

Ante la incertidumbre de cualquier proyecto es muy posibles escuchar opiniones negativas que pueden contribuir a desánimo o a perder la confianza en los que estás haciendo. Es importante quedarse con las opiniones positivas de la gente que te rodea y obviar, en muchos casos, las negativas.

Hay que saber esperar y tener siempre una perspectiva mas amplia y a largo plazo ya que muchas veces la recompensa no llega lo pronto que nos gustaría.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

La ubicación en nuestro caso es algo fundamental.

CALZADOS LA BOMBA S.C



"IMPLICACIÓN Y CONFIANZA"

**MANUEL HONORATO MARTÍN MARTÍN
Y ANTONIO MARTÍN SOLÍS**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Somos una pequeña empresa de ámbito familiar que ha pasado de generación en generación y que ha cumplido ya 125 años.

Actualmente somos la cuarta generación y nuestra seña de identidad ha sido y será mantener la relación calidad- precio de todos nuestros artículos

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Contábamos con formación empresarial y estudiamos cual podría ser nuestro futuro, una opción era el sector del calzado. Con el paso del tiempo nos hemos dado cuenta que a veces hemos actuado por impulso, que hemos cambiado el tipo de artículo en relación a la demanda del público. También hemos modernizado nuestras instalaciones y utilizado todo tipo de medios para ayudar a la venta del producto, escaparate, publicidad...

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Para desarrollar cualquier proyecto debe darse un gran número de factores para conseguir el éxito. Hay que aunar que realmente te guste, implicación y total dedicación con lo siguiente:

- Confiar en tu proyecto
- Estudio de mercado .
- Actitud.
- Dejar tu vida en tu proyecto
- En lo que hagas intentar ser el mejor.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Durante nuestro dilatado recorrido hemos pasado por numerosas crisis financieras y hemos actuado de diferentes formas. Bien utilizando medios propios incluida la venta obligada de algún inmueble o bien solicitando líneas de créditos en entidades bancarias. Estas situaciones nos han obligado a tomar decisiones (no siempre con éxito) para seguir manteniendo nuestro negocio en marcha.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- La competencia desleal
- Grandes superficies
- Oferta masiva

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- No cargar demasiado los gastos generales, de algunos de ellos se puede prescindir porque no son necesarios para el negocio.
- Dimensionar de forma adecuada la partida de personal adaptándola a la actividad y el horario de la empresa.
- No exceder el stock inicial puesto que hoy en día los proveedores realizan una oferta prolongada.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- La dedicación.
- La constancia.
- El control de las tiendas.

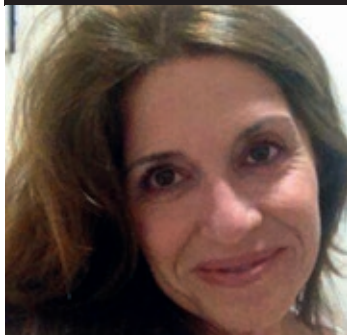
Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- No por mucho abarcar llegaras a vender mas

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Estamos en la localidad de Ronda, el atractivo turístico ayuda en gran parte al desarrollo de la actividad.

CENTRO ADICCIONES MONTEALMINARA



“AFÁN POR TENER UNA EMPRESA QUE A LA VEZ ES DE CARÁCTER Y AYUDA SOCIAL”

NURIA GARCÍA MARTÍN

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Centro privado de ingreso para la recuperación con pacientes de adicciones, alcohol, cocaína, heroína, cannabis, etc. Además contamos con un centro ambulatorio en el centro de la ciudad para el seguimiento posterior de los pacientes.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

La que es actualmente, crear un centro para recuperar a enfermos con adicciones.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Importancia muy alta.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Ninguno, todos medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Todas.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Evaluar muy exhaustivamente el proyecto económico y contar con los socios que aporten capital necesario hasta su puesta en marcha.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Las recompensas anulan los esfuerzos, ayudar a pacientes a salir de esta difícil enfermedad y tan socialmente anulada es suficiente recompensa.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Buen proyecto financiero, analizar el mercado y la ilusión en creer en el proyecto.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Perfecta ubicación.

CENTROLOGIC COMPUTATIONAL LOGISHC CENTER



“MI PRIMER ORDENADOR SUPUSO PARA MI UNA FUENTE DE INVENCIÓN, INGENIO E INVESTIGACIÓN, ACTIVIDAD QUE POR SUERTE NO HE ABANDONADO NUNCA”

JUANMI TABOADA GODOY

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Codenerix es un software libre 100% malagueño. Con Codenerix la empresa no se adapta al software, es el software el que se adapta a tí. Damos coherencia a los datos. No es una web, no es una ERP, no es un CRM, no es una tienda online, no es facturación, no es big data,... es TODO esto y gratuito.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial era hacer una librería de apoyo para programadores y se ha convertido en una sistema de gestión completo con módulos. Poner a disposición de la comunidad una aplicación que no existía y que ha llevado muchos años de programación. Codenerix hace la vida más fácil a jóvenes, programadores informáticos y empresas.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Llevar a cabo un plan de negocio es importante pero en este sector las variables no las controlas porque el mercado es el que dirige. Nuestro plan de negocio está en descubrir constantemente lo que pide el mercado. Mientras éramos propietarios del código no sabíamos qué hacer y en el momento de liberarlo el plan de negocio lo van construyendo los clientes. Descubrir tecnologías emergentes y necesidades. No sólo es lo que haces sino quién lo va a usar.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Fondos propios y financiación bancaria

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Twitter, Meetup, Github

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Liberar o no liberar el código, esa fue la única duda inicial. La típica pregunta era: ¿Dónde está el negocio si liberáis el software? Ahora podemos decir que no nos arrepentimos para nada de haber tomado esta decisión y ver cómo programadores en otros países ya usan nuestro software.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- No terminar la carrera.
- Socios meramente capitalistas.
- Dedicar el 100% de mis esfuerzos a tan sólo una cosa.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

He comprobado que un proyecto que teníamos que hacer en diez días lo hemos hecho en dos, esto es programación con esteroides.

Invertir en talento y formar a otros emprendedores.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- ¿Hay gente que realmente pague por tu idea?
- Planifica el coste de los imprevistos.
- No tener miedo a retroceder y volver a replantearlo todo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Sinceramente si estuviésemos en un mercado más global sería mejor, hay muchas ofertas de trabajo en Europa mejor retribuidas pero aquí se vive muy bien, es una ciudad con mucha calidad de vida y sin duda está la familia.

CERTUS ASESORES, S.L.P.



*“CON TALENTO, ESFUERZO,
CONVICCIÓN Y ALEGRÍA
EL SER HUMANO NO
TIENE LÍMITES”*

**JORGE DEL VALLE URZÁIZ Y
ENCA BAQUERO MARTÍNEZ**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Creación y puesta en marcha de un despacho de abogados y asesores fiscales.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial era crear un despacho multidisciplinar con varios socios responsables de cada área de especialización. El proyecto final se mantuvo en el concepto si bien varió en los socios del proyecto.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Un plan de negocio es más o menos importante dependiendo del contenido del proyecto y de la inversión inicial necesaria. En nuestro caso no fue muy importante en la medida en la que puedas ofrecer un servicio de calidad, personalizado, internacional y a buen precio, como es nuestro caso.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Ninguno.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook, LinkedIn y Twitter.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

La búsqueda del local, la dificultad de salir al mercado en plena crisis económica y la oferta salvaje en el sector de la prestación de servicios jurídicos y fiscales

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No haber emprendido antes.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Competir en la captación de clientes y proyectos con los grandes despachos de abogados localizados en Málaga y en Madrid

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Prestar un servicio de calidad, tratar al cliente como te gustaría que te trataran a tí y pasión por el éxito.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Mucho. Nuestra localización en el centro neurálgico de la ciudad, con las vistas directas a la Plaza de la Marina y por ende al Palmeral, el Puerto y la Alameda Principal es un atractivo adicional que contribuye a reforzar la imagen de profesionalidad de nuestros servicios.

COMUNIKA2 SERVICIOS EMPRESARIALES 3.0



*“NO IMPORTA LO LENTO
QUE VAYAS SIEMPRE QUE
NO TE DETENGAS”*

**FERNANDO MONTELEONE
GARCÍA**

Breve descripción del proyecto emprendedor

La formamos profesionales del mundo del marketing y la publicidad. Ofrecemos y aportamos un valor diferencial dando servicios de consultoría y formación especializada y exclusiva adaptada a las nuevas necesidades y tendencias del mundo empresarial.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Una tienda on line de productos de merchandising con fines solidarios.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Sin duda es básico y necesario, aunque después uno tenga que maniobrar y modificar cosas pero en el mundo del emprendedor hay que asumir los imprevistos y cambios de rumbos. Muchas veces es mejor rectificar a tiempo. Arriesgarse si, pero barato.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Micro crédito y medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- Financiación.
- Divulgación.
- Apoyo.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Endeudarme, creer que la primera idea es la buena, escuchar la opinión de los demás.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Confianza.
- Actitud.
- Vencer miedos.
- Aprendizaje.
- Coraje.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

No lanzarte al vacío, creer siempre en ti, perseverar, no quererlo conseguir todo rápido, tener paciencia, formarse constantemente, experimenta sin arriesgar mucho, conservar intactos tus valores y principios.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Málaga es una gran ciudad para emprender quizás aún no esté en la cima pero tiene muchas probabilidades de ser una ciudad con muchas posibilidades para que nuevas empresas se instalen y se cree empleo. Desde mi punto de vista hay mucho talento oculto. Lo que veo es que no hay muchas facilidades para comenzar, el régimen de autónomo en España es algo que aún no está bien planteado para que el que quiera iniciar su negocio lo tenga más fácil.

CONTALENTO RECURSOS HUMANOS



*"HAGAS LO QUE HAGAS,
HAZLO CON PASIÓN"*

MIGUEL ÁNGEL SERRALVO CANO

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Somos una compañía Global de Recursos Humanos que diseña soluciones innovadoras para organizaciones preocupadas por la gestión, desarrollo y fidelización del talento.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Como mi proyecto nació por necesidad, tras verme en una situación "in extremis", lo primero que buscaba es tener un trabajo que me generara ingresos. Por ello, mi proyecto estaba muy ligado a hacer lo mismo que hacía en la empresa de la que me despidieron un mes antes.

Tras cuatro años, el proyecto está claro y maduro y se ha convertido en lo que ahora somos. En una compañía de recursos humanos con un valor diferencial y relevante en aquellas organizaciones que necesiten ayuda y que de verdad apuesten y estén preocupadas por su cliente interno.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Tener un plan de negocio es vital. Es la hoja de ruta que aunque sea básica, en una simple excel, debes tener.

Todo es importante en un plan de negocio, pero principalmente recalcaría el esfuerzo que hay que hacer en la investigación de mercado y es que cuanto más escuches, observes y preguntes mejor, también es importante el plan comercial y hacer una previsión de distintos escenarios y, por supuesto, la parte económica financiera porque para el emprendedor, el comportamiento de la tesorería es fundamental.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

En un 90% han sido medios propios. También contamos con línea de crédito y

alguna subvención por contratación indefinida aunque están aún pendientes de pago pasado más de 2 años.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Estamos presente activamente en diferentes redes sociales como: Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram y Google +. Además, trabajamos posicionamiento SEO y SEM de la web nuestra: www.contalento.es

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Económica.
- Desconocimiento de la marca.
- Obstáculos de la empresa de la que provenía que intentaba dejarme mal ante el mercado.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- El método de selección de los colaboradores. Aprendes que puedes colaborar con gente que este involucrada, comprometida pero no con la misma meta.
- Ser más selectivo con los clientes. Es decir, decidir quiénes son los clientes con los que tenemos que trabajar y no coger cualquier empresa
- El último y, más centrado en el negocio, el poner más foco. Es decir, especialización desde el minuto "uno" en lo que haces.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

El esfuerzo es continuo, con lo cuál, enumero tres recompensas:

- El magnífico equipo que hemos montado.
- El ser reconocidos como marca de referencia en el sector.
- Contar con clientes que encajan con nuestros valores.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- Es más fácil emprender en sectores que conozcas, aunque esto no te dará el éxito. Dedicar tiempo a conocerlo, a analizar las tendencias del mercado y a aportar diferencias.
- No lo olvides. El mundo cambia y debes estar en continuo aprendizaje.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Málaga actualmente es el centro económico de Andalucía. Esto nos ha hecho llegar a trabajar en Granada, Sevilla, Almería, Córdoba, Cádiz, Madrid y Barcelona, ciudades en dónde se encuentra reflejado nuestro negocio. Decir que eres de Málaga es garantía de éxito fuera y dentro de Andalucía.

CORTIJO EL PUNTAL DE TEBA S.L.



"CONSTANCIA E ILUSIÓN"

INMACULADA GARCÍA CALLEJA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Finca rehabilitada para dedicarla al agroturismo.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Desde el principio teníamos la idea de rehabilitar la finca.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Muy Importante. Nosotros en cierta forma tuvimos varias equivocaciones.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Las tres cosas. Subvención, préstamo y medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Todas las que conocemos. Para nuestro negocio esto es fundamental.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Sobre todo la crisis tan grande que tuvimos una vez finalizado. Nosotros terminamos las obras... en el 2007.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Planificación y estudio de inversión.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Poder ver desarrollar un proyecto familiar. Por ahora son mucho más los obstáculos que las recompensas.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

En nuestro caso no vimos venir la crisis tan grande que tendríamos, una vez finalizado nuestro proyecto. Es difícil recibir consejos en esas circunstancias.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Tenemos muy buena ubicación y eso es muy importante.

CRC CONSULTORES



*“PREOCUPATE DE
TU NEGOCIO QUE
NOSOTROS NOS
OCUPAREMOS
DEL RESTO”*

**JOSÉ ANTONIO
RODRÍGUEZ DELGADO**

“Siempre ha sido la premisa con nuestros clientes. En definitiva queremos prestar un servicio de calidad que le garantice la tranquilidad de que puede dedicarse a lo que realmente debe interesarle y es que su negocio vaya funcionando perfectamente”.

Breve descripción del proyecto emprendedor.

La idea inicial de este proyecto, que se inició en 1993, a raíz de la creación del Parque Tecnológico de Andalucía un año antes, era crear una consultoría de empresas que diese soporte a las empresas ubicadas en dicho parque con un servicio de asesoramiento global de calidad.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

El proyecto inicial era montar una asesoría que diese servicios fiscales, laborales y contables a las empresas instaladas en el PTA, generando autoempleo a los que iniciamos el proyecto. A lo largo de los años se ha ido ampliando el espectro tanto de los servicios que se prestan (legales, financieros, etc..) como al ámbito geográfico de nuestra clientela ya no solo por toda la provincia de Málaga incluso fuera de ella.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Partir de un plan de negocio es básico para que la empresa tenga posibilidades de éxito, por experiencia sabemos la mortalidad que se produce en los primeros años de existencia de la empresa, temas como la financiación, el mercado o la estructura de costes del producto/servicio deben analizarse previamente para saber qué posibilidades de éxito tenemos.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Todo fue por medios propios, las 3 famosas F's. (family, fool and friends)

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Nuestra página web o las redes sociales como Facebook, fueron utilizadas desde el primer momento, aunque en nuestro caso siempre ha sido el “boca a boca” y nuestro servicio el que ha proporcionado nuestra actual clientela.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- La experiencia previa del emprendedor, teníamos la teoría pero nos faltaba la práctica.
- Romper con la desconfianza de nuestros clientes por nuestra inexperiencia.
- No disponer de mayor financiación que nos hubiera permitido una mayor estructura inicial y haber alcanzado antes nuestros objetivos.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Haber estructurado una estrategia desde el principio, la empresa afortunadamente ha crecido en estos veinte años pero quizás necesitábamos saber desde el principio cómo queríamos crecer.
- Mayor inversión en todo lo relacionado con las nuevas tecnologías, hemos tenido en cuenta siempre este tema para intentar estar a la última pero siempre me da la sensación que nunca es suficiente.
- No acudir a financiación externa en el momento de la creación.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Generación de empleo y de autoempleo.
- Satisfacción de nuestra clientela, clientes que confían plenamente en ti y que te demuestran su amistad.
- El trabajo bien hecho te da una satisfacción plena de que lo estás haciendo bien y te motiva para seguir por el mismo camino.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- El precio del éxito es trabajar duro y la determinación que te da saber que diste lo mejor de ti mismo.
- No importa a qué velocidad vayas, mientras no te detengas
- Es posible que puedas estar decepcionado si fracasas, pero estás acabado si no lo intentas

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Creo que Málaga y el entorno actual de mi empresa es ideal, porque es una zona privilegiada para la instalación de nuevos proyectos internacionales, porque los malagueños son más emprendedores y porque hay un excelente nivel de preparación en los jóvenes malagueños.

D-BEAUTYGROUP



*“LA PERSEVERANCIA
TE LLEVA A DONDE
TÚ QUIERAS IR”*

**ESTHER SANDRA BENZAQUEN
BARCHILÓN**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Centros de estética especializada con diferentes conceptos de negocio. La estrategia de crecimiento fue a través de la franquicia y la implantación nacional e internacional.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial fue una red de franquicias de un negocio de estética especializada, pero lo que empezó siendo un proyecto a nivel nacional se transformó en un negocio internacional.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocios es fundamental pues debes saber quién eres, donde vas, como hacerlo y sobre todo tener claro cuáles son tus METAS, si no las escribes, si no las interiorizas, si no las trabajas, no se consigue.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Hemos tenido de todo, pero al inicio fue con recursos propios, siempre hemos sido muy conservadoras y antes de pedir financiación hemos reinvertido nuestras ganancias en nuestro negocio. Es una muestra de que creemos firmemente en nuestro modelo de negocios. Ya con el tiempo si hemos conseguido alguna subvención.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Nuestra propia página web y a nivel de expansión las páginas de buscadores de franquicias.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

La puesta en marcha no tuvo dificultad, pero el crecimiento, el día a día es mucho más complicado.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Buscaría siempre a los mejores para asesorarme, mis decisiones no las orientaría a costes.

Buscaría más formación personal para seguir aprendiendo.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

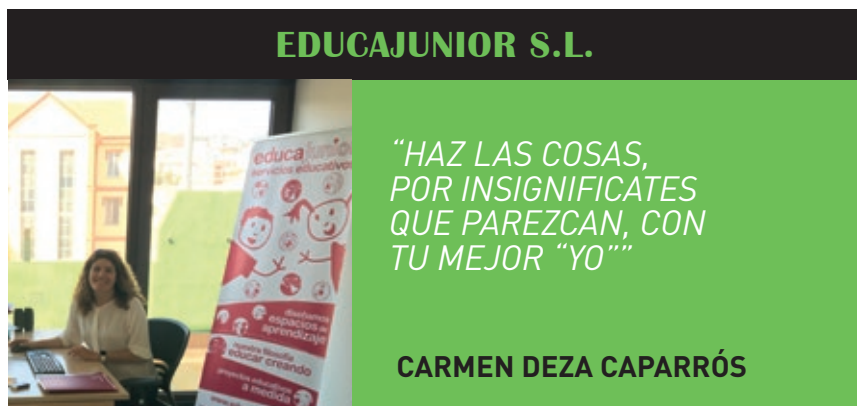
Mejora personal, ayudar a progresar a muchas personas junto a nosotros, las relaciones que se hacen y todas las personas que se conocen.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Que arriesgase más
- Tener un Coaching que me hubiera dado seguridad en ciertos momentos de debilidad
- Aprender a delegar tareas que no aportan valor.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Si, pero no de manera positiva.



EDUCAJUNIOR S.L.

*“HAZ LAS COSAS,
POR INSIGNIFICATES
QUE PAREZCAN, CON
TU MEJOR “YO””*

CARMEN DEZA CAPARRÓS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Empresa de servicios para la comunidad educativa, utilizamos cualquier momento como espacio educativo/creativo. Creemos firmemente en nuestra filosofía de educar/creando.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

Empezar a trabajar con niños y niñas mientras me preparaba las oposiciones de secundaria, al poco tiempo y al llegar la crisis, mi marido economista se sumó al proyecto y le dio la viabilidad económica y la previsión que el proyecto necesitaba. En la actualidad trabajamos en 86 centros educativos en las provincias de Málaga, Almería y Madrid.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Vimos una necesidad y actualizamos el plan de negocio para que se adaptará a ella. Con el paso del tiempo vamos diversificando en distintos servicios.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Como antigua empleada de Caja Rural de Málaga, hemos tenido un gran apoyo de esta entidad, Cajamar en la actualidad. Además de contar con el respaldo de nuestras familias.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Utilizamos grupos cerrados de Facebook ya que trabajamos con niños y niñas. Herramienta web de la Junta de Andalucía para los centros docentes públicos y moodle para formación.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- la parte económica, ya que muchos servicios tardan en cobrarse.
- la parte humana, trabajamos con muchas personas en la mayoría de los casos pocas horas a la semana, pero el trabajo y el coste (prevención, formación, ...) es como el de una jornada completa.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Iniciar la empresa como persona física en lugar de como una persona jurídica.
- No disponer de más tiempo para planificar.
- No haber delegado antes, es lo más complicado de aprender.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Mi mayor esfuerzo y lo que peor llevo es el hecho de restarle tiempo a mi familia.
- La mejor recompensa es poder trabajar en lo que me apasiona.
- Haberme podido rodear de un equipo humano que suman y me ayudan a encontrar mi mejor "YO".

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- El mejor recurso somos nosotros mismos y nuestro equipo humano
- Que aprendan a levantarse, porque caerán y se equivocarán, pero eso forma parte del proceso formativo de las personas.
- Como informática diré: repetir (prueba y error) hasta "encontrar soluciones".

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Como ciudad es única, por su ubicación, por sus conexiones y sobre todo por su clima y su buena gente. Es una ciudad que invita a las relaciones humanas y personalmente, como boquerona de adopción, es una ciudad que permite compaginar ese tandem "profesional&personal" tan necesario en nuestro equilibrio para construir una vida de felicidad.

F. MORALES MANTENIMIENTO MECÁNICO, S.L.



*“HOY ES EL PRIMER DÍA
DEL RESTO DE TU VIDA”*

FRANCISCO MORALES NATERAS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Este proyecto emprendedor surgió a raíz de un despido masivo por parte de la empresa para la cual trabajaba. Mi necesidad personal me llevó a crear F. Morales Mantenimiento Mecánico, S.L., dedicada a satisfacer las demandas de otras empresas en el sector del mantenimiento industrial.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Inicialmente dar servicio a las PYMES malagueñas y en la actualidad estamos en un proceso de expansión para diversificar riesgos.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Fundamental y básico. Recomendaría el asesoramiento por personal experto en la materia.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Un Préstamo I.C.O. Una pequeña Subvención del BBVA por Trabajador Fijo en Plantilla.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Página Web propia. Facebook y Twitter

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Económico, económico y económico.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No hablaría de errores, pero sí de baches por superar.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Dedicación absoluta, muchísimo sacrificio y el crecimiento personal.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

Que no va a ser fácil. El día a día te enseña a caminar. Al que juzgue tu camino préstale tus zapatos.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

De forma positiva porque nuestra especialización nos convierte en una empresa puntera en el sector.

FIIXIT ORTHOTIC LAB, S.L.



*“EL **NO** SIEMPRE ES POSITIVO, DALE LA VUELTA Y PONTE LAS PILAS **ON**”*

RAQUEL SERRANO LLEDÓ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Desde hace siglos las inmovilizaciones sanitarias vienen de la mano de vendas y escayolas, la gran pesadilla de millones de personas. La solución llega de la mano de FIIXIT, Férulas de Inmovilización Impresas en 3D perfectamente adaptadas a la anatomía y patología de los pacientes, con la particularidad de que no pesan, son sumergibles, no pican y se puede recibir fisioterapia conjunta.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial empezó con 3D Málaga, un estudio de diseño Industrial que buscaba soluciones locales a problemas globales, mediante las técnicas de impresión 3D y escáneres 3D.

Observando nuestro mercado encontramos el problema global de las escayolas, y que podíamos aplicar soluciones personalizadas gracias a la impresión 3D.

Aunque realmente el proyecto final nació en una cena, cuando en la mesa colindante había un pequeño con un yeso y no paraba de llorar porque le molestaba y le picaba. Por aquel entonces realizaba pulseras impresas en 3D para amortizar la máquina y se me encendió la bombilla, ¿y si en vez de hacer pulseras realizaba escayolas? Los problemas de ese niño se esfumarían! Y así nació fiixit de la sede de 3D Málaga.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es lo más importante, cualquiera puede hacer lo mismo que tú, pero no de la misma manera. Es como nuestro ADN, pero que está en continua evolución y mejora.

Es de suma importancia revisarlo y buscarle mejoras, para dar siempre el mejor servicio y optimizar los procesos.

¿Qué modelo de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Nosotros nacimos de 3D Málaga, con el primer premio Spin Off 2015 de la Universidad de Málaga dotado en 6.000 €, en 2016 me concedieron la subvención

de jóvenes autónomos de 4.500 € (por llevar más de un año con el proyecto siendo autónomo), y a finales del 2016 fuimos galardonados con el XIV premio Junior del Instituto Municipal de Formación y Empleo (IMFE) del Ayuntamiento de Málaga. Por otro lado, ayudas familiares y de amigos, siempre son bien recibidas y ayudan con el proyecto.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Página Web, Twitter, Facebook, LinkedIn, Google+, Instagram y Youtube

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- El desconocimiento del sector sanitario.
- La búsqueda de aliados para no llevar el proyecto sola.
- La falta de conocimiento en gestión de empresas.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Hay muchísimos errores que si echo la vista atrás digo, ¿Dios mío cómo hice esto?! Pero luego pienso, ¿y lo que aprendí!?

Así que no me arrepiento de ningún error, porque si ocurrió fue por una razón y a día de hoy es una lección aprendida.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- La primera recompensa fue la cara de nuestro primer paciente, cuando se iba con la férula puesta.
- La segunda recibir la licencia de fabricante de producto sanitario a medida, algo que nos ha costado sudor y lágrimas.
- Y podría enumerar más, como el trabajar con futbolistas de élite, tener ortopedias de aliados, que los traumatólogos confíen en ti, y sobre todo, conseguir un equipo humano que trabaje codo con codo en el proyecto.
- De esfuerzos diría que trabajo, trabajo y más trabajo, la constancia y el saber que el 24/7/365 se cumple. Ahora mismo la empresa es un bebe que necesita de cuidados y atención plena, ya caminará e irá solita, pero de momento necesita mucha dedicación.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- Si quieres, puedes.
- El NO ya lo tienes, ¿qué tienes que perder?
- Rodéate de los mejores, para ser el mejor.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Tenemos la suerte de vivir en una ciudad privilegiada, y que además está apostando muy fuerte por el emprendimiento, ofrece muchísima formación y ayudas.

Málaga está muy comunicada con el resto de ciudades, lo cual te permite asistir a reuniones fuera de tu ciudad a pocas horas. Y sobre todo, si algo sale mal, un paseo por la playa lo arregla todo!

LA GARBIONDA SL



“EL TRABAJO, LA CONSTANCIA, EL ESFUERZO, LA PERSEVERANCIA Y CREER EN LO QUE HACES ES DE LAS COSAS MÁS IMPORTANTES PARA LLEGAR AL ÉXITO”

ÓSCAR PEREIRA CORTÉS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

La actividad que realiza Garbionda Mantenimiento Sostenible se centra en la limpieza de las biondas, comúnmente denominados “quitamiedos” y los catadióptricos, conocidos como “captafaros”, y posteriormente se implementa una conservación más sostenible con la aplicación de un producto específico que hace que la bionda recobre su estado inicial.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea surgió cuando trabajé en el sector de Conservación de Carreteras, detecté que más del 80% de la biondas que estábamos sustituyendo estaban bien en cuanto a su forma, pero no a su estado de conservación. Así que me puse a investigar y desarrollé una maquinaria, que patenté, para limpiar estas infraestructuras.

Desarrollamos una nueva técnica para aplicar, después de la limpieza, una resina que devuelve a estas infraestructuras su estado inicial, regenerándolas completamente. Esto puede suponer un ahorro para las administraciones públicas del 90%, frente a las tareas de sustitución.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es importante contar con uno ya que, a través de estudios de operaciones, investigaciones de mercado, administración y análisis financieros nos permitirá validar la creación de una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente. El plan de negocio es un documento vivo y muchas veces puede ser una carta de presentación para inversores, por lo que debemos considerar algunos puntos en la elaboración del mismo: Céntrate en tu mercado y no en tu producto. Presenta a tu personal directivo y, sobre todo, presentar una información financiera creíble, no por exagerar los datos obtendrás mayor inversión.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Hemos comenzado con medios propio. A partir de ahí hemos conseguido un préstamo bancario con el BBVA avalado por la Agencia Idea. También tenemos aprobada una subvención a la industrialización por parte de la Agencia Idea. Y hemos ampliado capital con la entrada de dos nuevos socios inversores.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Tenemos que ser conscientes que las redes sociales han revolucionado la imagen de marca de la empresa. Utilizamos Facebook, LinkedIn y Twitter.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Conseguir la financiación para fabricar el prototipo con el que desarrollamos nuestra actividad y que gracias a la Agencia Idea hemos podido materializar.

- Marcar y definir una política de precios e introducir un innovador servicio dentro de un mercado muy tradicional y consolidado como es la conservación de carreteras.
- Conseguir buenos proveedores que se alineen con nuestra estrategia de negocio y cumplan con los encargos que se realizan.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Siempre se cometen errores y no por ello se es mejor o peor. Considero que de los errores se aprende mucho más que de los aciertos.

Uno de los errores que no cometería, es relajarme una vez conseguido uno de los objetivos, puesto que una de las claves del éxito es seguir trabajando en la misma línea que se viene haciendo.

Otro de los errores que evitaría cometer es confiar en gente que lo único que hace es vender humo, aunque entiendo que muchas veces es difícil de detectar.

Y trabajar con empresas o entidades, sin hacer una mínima investigación de la misma para no tener problemas el día de mañana.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Los principales esfuerzos que asume un emprendedor, entre otros muchos, son:

- Las horas de esfuerzo y dedicación.
- Planificación financiera: es posible que se sufran inconvenientes en algunas etapas, por lo que debemos ser muy previsores.
- El temor de no saber qué pasará con nuestra empresa, con nuestro trabajo, esfuerzo e inversión, siempre nos acompañará.

Las recompensas obtenidas de la experiencia emprendedora las matizo en:

- Autonomía laboral: Ser tu propio jefe te brinda la gran ventaja de decidir qué actividad ejecutar, cuándo, para qué y por qué.
- Tienes una mayor libertad para administrar tu agenda. Esto te permitirá equilibrar y disfrutar con mayor holgura del tiempo con tu familia y amigos.
- Satisfacción por el logro alcanzado: resultado de nuestro esfuerzo y dedicación, algo que nos llena de orgullo y nos brinda un crecimiento personal sin igual.
- La contribución con el entorno social: Crear una empresa que responda a las necesidades de las personas te permite brindar una enorme contribución a la sociedad.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

El éxito va a depender de ti, tu actitud emprendedora, tus competencias, tu modelo de negocio, tu plan de marketing, tu inteligencia financiera, etc.

No te quedes con dudas, sal a buscar toda la información que creas necesaria para tomar la decisión de emprender y pon en la balanza las ventajas y desventajas que esto te supone. Es una decisión muy importante que no se debe tomar a la ligera.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Además de mi vinculación personal y familiar con esa tierra. El "Financial Times" ha considerado a Málaga como «la octava mejor ciudad para atraer inversiones por su estrategia en el concurso Ciudades y Regiones Europeas del Futuro».

Málaga es una capital que lidera la creación de nuevas empresas. En este ámbito, las diferentes instituciones, como el caso de CEM, los CADE, la Agencia IDEA, el Programa Minverva de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de la ciudad, entre otros, contribuyen al fortalecimiento de la malla empresarial malagueña, mediante el impulso y potenciación de las organizaciones existentes o el apoyo a la creación de otras nuevas, con especial atención a las Pymes como fuentes generadoras de riqueza y empleo.

Es un lugar idóneo para emprender, no hay que olvidar que estamos en la capital económica de Andalucía, con una proyección internacional que no para de crecer.

GESTIONA CONSULTORES Y ASESORES (ATTICO SOFTWARE)



*“TODO PARECE IMPOSIBLE
HASTA QUE SE HACE”
Nelson Mandela.*

RICARDO Y KRISHNA NANDWANI

Breve descripción del proyecto emprendedor.

En Attico ayudamos a impulsar la transformación digital de empresas y despachos profesionales con nuestros servicios avanzados de Digital Business, Software de gestión ERP/CRM, gestión documental, contabilización automática de facturas, conciliación bancaria y automatización contable.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial era tener una división de TI dentro de la sociedad que constituimos mi socio y yo en 2012 (Gestiona Consultores & Asesores) dedicada al asesoramiento fiscal, contable y laboral con un componente diferenciador: el uso de las TI tanto para optimizar los procesos de gestión del propio despacho como para mejorar la comunicación con nuestros clientes. Aportándoles valor con tecnología empresarial sin coste para ellos (ERP, CRM y Business Intelligence).

Con el tiempo estos servicios no sólo nos los estaban pidiendo empresas que ya disponían de un asesor y querían que les ayudásemos con la implantación de nuestras herramientas de gestión, sino que otros despachos y asesorías fiscales también nos llamaban para aprender de nosotros. Por todo ello decidimos empezar a ayudar tanto a empresas, como a otros despachos profesionales y asesorías, a impulsar la transformación digital de su negocio. Proceso que realizamos basándonos en un conocimiento profundo y transversal del funcionamiento de empresas y asesorías, y de quince años de experiencia acumulada implantando estas herramientas en empresas de ámbito nacional e internacional.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

No sólo es necesario tener ganas e ilusión, sino que es fundamental tener un mínimo de formación empresarial y realizar un plan de empresa como es debido, ya sea tradicional: estudio de mercado, plan de marketing, económico-financiero, etc.; o para proyectos basados en innovación tecnológica usando metodologías Lean Startup, CANVAS, Mapa de empatía, etc. Pero no realizar este trabajo inicial sería

igual a santiguarse, lanzarse al vacío sin saber lo que te espera abajo y decir “lo que Dios quiera”.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

En el inicio contamos únicamente con medios 100% propios. Tras el primer año recibimos una subvención a la inversión por parte de Promálaga.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Actualmente usamos LinkedIn, Twitter, Facebook y nuestra propia web de empresa. Además usamos software de gestión ERP, CRM y Business Intelligence en la nube.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

La falta de experiencia como empresario, conseguir los primeros clientes y un entorno económico poco favorable.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Ofrecer directamente un servicio complementario que no forma parte del core de mi empresa, no cobrar mi tiempo en algunas ocasiones y no analizar lo suficiente la diversificación de mi negocio.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Ir abriendo camino en el proceso de transformación digital del sector asesorías y despachos profesionales ha sido el mayor reto al comienzo de nuestra actividad (ser punta de lanza en este sentido no ha sido fácil, porque hemos dedicado mucho tiempo a I+D+I y seleccionando clientes para trabajar con nuestro modelo). Este esfuerzo y experiencia ha supuesto una de las mayores recompensas que atesoramos como bien intangible de nuestra empresa: Estar a la vanguardia en un mercado en pleno crecimiento.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores:

- Emprende acompañado: acércate a las asociaciones de empresarios como CEM o AJE para conocer empresarios como tú y aprender de ellos.
- No busques clientes, haz relaciones de confianza y duraderas en el tiempo.
- Especialízate en un sector para obtener mayor destreza y mejores resultados.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Estar en Málaga supone estar en un entorno privilegiado para hacer negocios. La provincia sigue estando a la cabeza en creación de nuevas empresas (por detrás de Madrid y Barcelona) y también en creación de empleo. Lo anterior unido a la implicación de numerosas asociaciones y organizaciones empresariales, empresas privadas y el propio Ayuntamiento por favorecer un entorno amable tanto a inversores como emprendedores, hace de Málaga y la Costa del Sol un lugar ideal para vivir y emprender.

GRÁFICAS URANIA, S.A.



*"FEET ON THE GROUND,
HEAD ON THE CLOUDS"*

*Con los pies en la tierra y siempre
abiertos a nuevas ideas*

ESTEBAN BUENO MORILLAS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Nuestra empresa ha incorporado, a su actividad tradicional de industria de impresión offset, un nuevo modelo de negocio de imprenta con impresión digital y plotter de alta calidad de producción, ofreciendo sus servicios en una tienda on line.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea era ofrecer estos servicios simultáneamente en el plazo de un año pero la puesta en marcha del proyecto ha llevado dos años, hasta conseguir que esté totalmente desarrollado.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es un documento que marca la meta que se quiere alcanzar con el proyecto, es un instrumento valiosísimo que puede experimentar cambios hasta la puesta en marcha del proyecto , pero que marca el objetivo a alcanzar.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Hemos contado con financiación propia en un 50 % y el resto, presentando el plan de negocio a una entidad bancaria consiguiendo una financiación a cinco años con subsidiación del tipo de interés.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Hemos intensificado la presencia en Facebook y Twitter como redes sociales, principalmente para llevar al público a nuestra web. En la actualidad también utilizamos Instagram.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Inseguridad en la dirección y operarios por el cambio de sistema de trabajo. Y dudas de la calidad del producto gráfico que después se disiparon e incertidumbre por la rapidez en la producción que fue vencida a los pocos meses de la puesta en marcha.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Demasiado optimismo en la fecha de terminación del proyecto; reticencia ante la nueva tecnología y su puesta en marcha y tomar las decisiones con mayor celeridad para estar en sintonía con las necesidades del mercado.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Estar a la altura de los competidores mejor preparados, a la altura de los clientes más exigentes y siempre con la calidad que nuestra empresa hace gala desde hace más de cincuenta años.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

En cuanto tengas las ideas claras, actúa; confía en el personal de tu empresa y siempre hay que ir un paso por delante de los demás.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Málaga y su provincia es un mercado excepcional para el producto gráfico; las empresas demandan nuevos servicios, nuevos soportes, nuevas ideas y eso nos obliga a estar al día en todas las innovaciones y mejoras que se van produciendo a nivel mundial en el proceso gráfico.

GREEN GLOBE SYPA S.L.



*"TODO PERMANECE IGUAL
HASTA QUE ALGUIEN
DECIDE CAMBIARLO"*

**JUAN MANUEL LLAMAS,
JAVIER PEDRAZA Y
JUAN HERRERA**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Green Globe SyPA S.L. es un Gabinete Técnico especializado en Medio Ambiente que abarca líneas de Asesoramiento, Ingeniería, Innovación y Educación Ambiental. Nace como idea en 2009 en la Licenciatura de Ciencias Ambientales de la Universidad de Málaga.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Inicialmente la idea era trabajar en proyectos de Medio Ambiente en su ámbito más técnico. Tras varios años de funcionamiento y considerando las posibilidades del mercado, las sinergias consolidadas y la experiencias adquiridas, el proyecto se conformó como un gabinete especializado en Medio Ambiente que presta servicios a instituciones públicas y privadas en todo lo relacionado con sostenibilidad, responsabilidad y desarrollo sostenible, diseñando y ejecutando proyectos de asesoramiento técnico, ingeniería, I+D y educación ambiental.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Consideramos que el Plan de Negocio es algo fundamental, sin embargo creemos que es algo tan cambiante que pocas veces podremos tener de él una "versión estable", por lo menos en lo que se refiere a los primeros años de negocio. Hemos trabajado con infinitos planes de negocio y al final lo que cuenta es que tengas bien definido tu modelo, que tengas claros tus servicios, tus objetivos, y por supuesto que te evalúes constantemente al mismo tiempo que analizas el sector.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Desde el principio hemos evitado el concepto "subvención". No quiere decir que no las hayamos solicitado, pero sí que la hemos excluido de cualquier planificación económica, y a la vista está que lo hemos hecho bien porque hasta el momento la mayoría no las hemos recibido después de tantos años de funcionamiento (mención a parte merecen las de nivel local, por ejemplo en las destinadas a la constitución de la empresa facilitadas por PROMÁLAGA no hemos tenido nunca problemas).

La mayor inversión que hemos realizado, son horas y horas de trabajo orientadas a posicionar nuestra actividad, nuestra empresa y a nosotros mismo como profesionales, para poder continuar trabajando día a día en lo que nos apasiona.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Somos una empresa joven y desde el primer momento hemos apostado por la digitalización y el entorno social que aporta internet. Tenemos una web muy coherente y con muy buen posicionamiento, además nos movemos en todas las redes sociales; Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, y también Youtube. Como herramienta destacamos en entorno Google Drive. Para la gestión de tareas también utilizamos Trello lo que nos permite organizar el trabajo mucho mejor cada semana.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- La situación económica.
- El sector en el que emprendíamos, estábamos en los años más duros de la crisis y emprendíamos en un sector no prioritario, el Medio Ambiente se considera como algo extra que teóricamente no tenía ni importancia ni repercusión en las entidades.
- La falta de formación en gestión empresarial. En la mayoría de formaciones, universitarias o no, la formación empresarial no es la adecuada.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Incorporar gente a la plantilla por ayudas o subvenciones a coste cero sin tener dimensionada la actividad y sus tareas.
- Delegar por completo actividades en grupos de trabajos no comunicados con la gerencia o dirección.
- Confiar en la buena fe de las instituciones en lo relacionado con el pago de facturas.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Esfuerzos:

- Dedicación exclusiva al desarrollo de una actividad profesional.
- Remuneración económica no correspondida con lo trabajado.
- Horas de trabajo y formación complementaria.

Recompensas:

- Premio “Hacemos Málaga” modalidad Generando Futuro (año 2015).
- Crecimiento de la empresa: equipo de trabajo, volumen de trabajo, facturación, etc...
- Reconocimiento de compañeros de trabajo, instituciones y sector.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Posiciona tus ideas antes de mostrarlas.
- No pierdas tiempo en proyectos o sinergias en los que todos no estéis al 100%
- Fórmate en Gestión del Tiempo y en Gestión de Equipos de Trabajo

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Para nosotros es un lugar perfecto para emprender. Málaga es cuna de grandes emprendedores, cuenta con un Parque Tecnológico con grandes empresas, y lo más importante tanto las instituciones públicas como privadas apuestan por conocer nuevas ideas, ayudar y valorar la actitud emprendedora.

GRUPO DISOFIC S.L.



*"UN BUEN EQUIPO Y
UN CLARA VOCACIÓN
DE SERVICIO QUE
APORTE VALOR"*

RAFAEL SÁEZ MOCHÓN

Breve descripción del proyecto emprendedor.

DisOfic es una empresa malagueña fundada hace 52 años por Victoriano Sáez con el nombre de Distribuidora Malagueña de Papelería. El relevo generacional efectivo se produjo en 1.998 y, con él, se inició un relanzamiento del proyecto, participado por Carlos, Pedro y Rafael, hijos del fundador. Este proyecto consistió en la expansión de nuestra presencia al mercado regional y parte del territorio nacional, así como una ampliación de las familias de productos, todo ello con una automatización del almacén y de los procesos.

DisOfic es una empresa que desde sus inicios siempre ha estado orientado a cuidar al máximo el servicio.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

El posicionamiento de DisOfic como empresa de servicios integrales para la empresa y oficina con presencia en todo el territorio nacional, todo ello con un servicio al cliente muy cuidado y con unas herramientas que faciliten al máximo los procesos a nuestros clientes. Seguimos avanzando en nuestro proyecto inicial. Hemos incorporado en nuestro catálogo de productos familias como mobiliario, impresoras en la modalidad de pago por copia, material de limpieza, epis, embalaje,...

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es fundamental contar con un plan de negocio concreto en el que queden recogido los objetivos a conseguir en cada hito y las partidas de gastos e inversión con las que se cuentan. Al mismo se le presta un seguimiento estrecho y periódico y se debe actualizar en función de los resultados obtenidos.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Principalmente medios propios y préstamos y en pequeña medida subvenciones.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Respecto a redes sociales Facebook y Twiter y para posicionamiento web "ahrefs" y "semrush"

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

El mayor esfuerzo fue la transmisión al equipo del nuevo cambio ambicioso que se iba a acometer y ganarnos, el nuevo equipo directivo, la confianza de todo el personal. Es fundamental conseguir que tu gente te siga. Ese fue el mayor obstaculo que tuvimos que saltar.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Habrà habido muchos, pero cuando nos encontramos con ellos los asumimos y sacamos la experiencia para procurar que no se vuelvan a dar. Para nosotros es más importante hacer, aun sabiendo que habrá un porcentaje de error, que quedarse quieto para no equivocarse. Eso si, antes de iniciar un cambio hay que tratar de aplicar buen criterio.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

En todo proyecto en el que se involucra un grupo de personas la mayor recompensa es conseguir los objetivos marcados. En nuestro caso ha sido todo un disfrute por contar con una calidad personal y un ambiente de trabajo realmente extraordinario.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Constancia, rodearte de los mejores y conseguir que se disfrute del ambiente de trabajo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Nosotros tenemos presencia comercial en buena parte del territorio nacional por lo que nuestra ubicación no afecta a la cercanía al cliente.

Por otro lado los avances logísticos implementados nos hace cumplir con nuestros clientes en tiempo y forma.

GRUPO JESÚS GUTIÉRREZ



“CONSTANCIA Y TRABAJO”

JESÚS GUTIÉRREZ RUIZ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Una combinación de un buen restaurante y copas con música en vivo. Para para una clientela familiar y de calidad.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

El mismo.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

- Sacrificio.
- Constancia.
- Calidad en todos las zonas del negocio.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Encontrar un personal adecuado.
- Se trata de un tipo de negocio muy limitado.
- La necesidad de mejorar continuamente en todos los servicios.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No los cometí

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Tener un buen personal humano
- Trabajar siempre para el cliente
- Reformar todos los años el negocio

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- La palabra NO no existe.
- Trabajar con un buen ambiente.
- Agradar al cliente.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

La ubicación es lo de menos, tú creas lo que tienes.

GRUPO PEÑARROYA



"NUESTROS VALORES COMO EMPRESA FAMILIAR SON LA BASE SOBRE LA QUE CONSTRUIMOS MÁS DE 50 AÑOS DE TRAYECTORIA A LA VANGUARDIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA COSTA DEL SOL"

PEPA PEÑARROYA ESPÍLDORA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Grupo Peñarroya ha recorrido un largo camino desde su fundación en 1966, destacando especialmente sus grandes proyectos en el campo de la promoción inmobiliaria. El punto fuerte del éxito y la posición de Grupo Peñarroya dentro del panorama empresarial ha venido determinado por sus promociones inmobiliarias emblemáticas distribuidas por Málaga y las principales áreas turísticas de la Costa del Sol, desde Benalmádena hasta Marbella. Grandes proyectos, como Jupiter y Minerva, Benalbeach o La Reserva de Marbella, han contribuido al desarrollo del turismo residencial en la Costa del Sol, cuya promoción a nivel internacional ha sido muy importante para que la marca turística Costa del Sol tenga el peso que tiene a día de hoy. La apuesta por el sector turístico ha propiciado que la gestión de este tipo de servicios se haya convertido en una importante línea de negocio dentro de la política de empresa del grupo, ya que no solo promueve el complejo de vacaciones Holiday World, sino que asume la gestión directa del mismo.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Junto con el fundador, continuo al frente de los negocios de nuestro grupo empresarial que siempre se ha dedicado al turismo, empezando primero con el turismo residencial e incorporando hace 13 años el turismo hotelero con la creación del complejo Holiday World, que hoy día es el motor de nuestros negocios. La idea siempre ha sido enfocarnos al turismo.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Siempre hay que trabajar un plan de negocio para poder comprobar que el proyecto que tienes en mente pueda ser rentable. No se puede perder de vista los diferentes escenarios, desde el optimista, hasta el más pesimista para luego no llevarse sorpresas. Sin embargo, le daría más importancia al aspecto innovador de tu proyecto porque en la innovación y diferenciación está la clave del éxito.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Subvenciones apenas hemos trabajado, podríamos decir que ha sido nula. Hemos trabajado siempre con préstamos hipotecarios y financiación operativa y de circulante además de algunos medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

En nuestros inicios, hace más de 50 años, no había ni ordenadores ni teléfonos móviles, pero siempre hemos apostado e invertido para estar a la altura de las evoluciones tecnológicas hasta hoy día, en que ni nos planteamos tener o no redes sociales y página web sino que trabajamos en la digitalización, a todos los niveles, de nuestra organización para garantizar nuestra continuidad en la actual revolución digital. Trabajamos en términos de bigdata e hiperconectividad, entre otros, para poder ir de un modelo de negocio tradicional a un modelo digital, centrado en el cliente.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Una de los principales dificultades con la que nos hemos topado han sido los organismos oficiales porque manejan tiempos distintos, tiempos que además, no se asemejan a los de la financiación, lo que es otra dificultad.

En los inicios del negocio hotelero también nos costó mucho obtener apoyos y credibilidad al ser pioneros en la creación de un resort todo incluido en la Costa del Sol.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Ninguno, porque de todos los errores se aprende algo.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Como madre de 3 hijos, el principal esfuerzo es la dedicación completa al negocio y el sentimiento de culpabilidad y de abandono de la familia, pero se compensa con ver los proyectos terminados y funcionando con éxito.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Apostar por la formación continua desde el inicio.
- Hay que luchar siempre por tus proyectos porque problemas habrá siempre. Un jardín de rosas lleno de éxito y prestigio no existe.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Al estar dedicado al turismo, Málaga y la Costa del Sol es el lugar idóneo por su clima, sus playas y entorno en general, por su cultura, su gente y sus tradiciones que son las razones por las que tantos turistas nos visitan al año.

HÁBITAT COLABORATIVO, S. COOP. AND. DE INTERÉS SOCIAL



"ECONOMISTA, EMPRENDEDOR Y MENTOR DE EMPRENDEDORES, E INICIÁNDOME COMO "BUSINESS ANGEL". ENAMORADO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y DE LAS INICIATIVAS QUE MEJORAN EL ENTORNO RURAL"

**JOSÉ CARLOS RODRIGO
MARIÁS**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Hábitat Colaborativo es una cooperativa de interés social en la que tienen cabida todas las personas que quieran colaborar para transformar el mundo en el que habitan, para hacerlo más humano creando valor para toda la sociedad, preservando el medio ambiente y luchando contra el cambio climático; impulsando un desarrollo económico sostenible por y para las personas.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Partíamos de la idea de favorecer, a través del fomento de soluciones colaborativas, desarrollos habitacionales que hicieran accesible el mercado inmobiliario a sus usuarios finales. Y esa sigue siendo la propuesta de valor de Hábitat Colaborativo.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Contar con un buen plan de negocio resulta imprescindible. A nadie se le ocurre cuestionarse, al tomar un avión, si su piloto cuenta con un plan de vuelo. Este es el símil respecto de una iniciativa emprendedora. En su plan de negocio debe estar reflejada su hoja de ruta, traducida en sus indicadores económicos previsionales. Y de cara a su confección, además del trabajo en profundizar en conocer al mayor detalle las claves e indicadores del negocio, el factor determinante es ser crítico y honesto en su realización. Aunque suele decirse que el papel lo aguanta todo, de nada sirve "mentirnos" al redactarlo.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios, para la puesta en marcha, si bien al abordar las actuaciones habitacionales, es necesario contar con un pull en el que participan, principalmente, la banca ética y los usuarios finales con aportaciones propias.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

La principal red empleada por Hábitat Colaborativo es LinkedIn, por tener un carácter exclusivamente profesional. La herramienta web fundamental empleada es la de trabajo colaborativo, denominada Trello.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Conseguir el equipo adecuado para la puesta en marcha del proyecto.
- Trasladar adecuadamente la idea del proyecto.
- Generar la confianza suficiente entre los stakeholders para avanzar.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Iniciarlo en solitario. Iniciarlo en solitario, de nuevo. Volver a iniciarlo en solitario

La base del proyecto es el fomento de las alianzas colaborativas, también en el desarrollo del propio proyecto, de ahí mi insistencia en atribuirle su necesario valor.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

El principal esfuerzo es el de convencerme de las verdaderas posibilidades de la puesta en marcha del proyecto. Es éste un ámbito en el que resulta fácil conseguir simpatías y adhesiones, por su filosofía abierta y natural. Sin embargo, resulta paradójicamente difícil conseguir la participación real, por muchos recelos y desconfianzas inherentes al sector.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

Debería haberme decidido antes a lanzar esta u otra iniciativa que también tenía en mente.

Aunque lo tenía claro desde el principio, contar con un equipo promotor (no ir solo) lo considero de gran importancia. Emprender es difícil y lo es aún más en solitario.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

La ubicación en Málaga es una importante ayuda por la posición central que ocupa en Andalucía que es el ámbito de actuación inicial del proyecto. Disponer de una buena red de comunicaciones nos facilita las cosas.

HIÁGORA. LA ESCUELA DE VENTAS



*“QUIEN LA SIGUE
LA CONSIGUE”*

**JOSÉ ANTONIO PADILLA
GONZÁLEZ**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Orientamos a las empresas a la venta. Enseñamos a las personas a vender.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial era la de asesorar y profesionalizar a las empresas en el área de ventas. El proyecto final fue que además de ser una consultora, creamos la primera Escuela de Ventas de Andalucía.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es vital. Saber qué hacer, adónde dirigirte, crear un modelo de negocio sólido y sostenible en el tiempo, que permita crecer. Tener clara tu propuesta de valor, asegurarte de que el mercado al que te quieres dirigir la valora igual o más que tú, lo cual implica que estará dispuesto a pagar por tus servicios o productos.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Hemos utilizado la web como plataforma de comunicación, además de LinkedIn, Twitter y Facebook.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

La crisis económica, comenzamos en 2009. Una actividad nueva por aquel entonces, enseñamos a vender, no había referencia en el mercado cercano de una escuela de ventas. No nos conocía nadie.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Dar por hecho o presuponer que el sentido común es el más común de los sentidos, esto no es así, tienes que reconfirmar continuamente, te evita muchos dolores de cabeza futuros. Precio y valor no siempre van unidos. Si parece que es, lo es.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Recompensas: Libertad, autonomía, dueño de mi destino. Esfuerzos: Trabajar las 24 horas, creer cuando la mayoría no cree, es un esfuerzo brutal, siembras sin saber la cosecha que vas a recolectar.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Si tienes que abandonar, no pasa nada. No te enamores de tu idea o proyecto, sé flexible y adáptalo a lo que el mercado necesita. Disfruta de lo que haces, tienes que pasártelo bien.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

No es determinante, al menos hasta ahora.

HIPERNET



*“SOY UN APASIONADO
CREATIVO MULTI
EMPRENDEDOR MULTI
REINCIDENTE”*

**ALEJANDRO CASTILLEJO
ROMERO**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Hipernet nace en el año 1.995 en los inicios de Internet, montando el tercer centro servidor de España y con acceso a la red a través de módems con tarifa de llamada local o de llamada interprovincial.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial fue ofrecer acceso telefónico a la red. Posteriormente, con la evolución exponencial de Internet en todos los ámbitos, Hipernet ha ido evolucionando hacia los diferentes servicios que hoy por hoy se ofrecen (primero desarrollo de webs presenciales, evolución de las empresas hacia el mundo digital, marketing en Internet, reputación on line, etc., ...)

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

En tecnologías tan vanguardistas como era el nacimiento de Internet en el año 95, era difícil hacer un plan de negocio, ya que no había referentes y la única información llegaba a través de revistas especializadas americanas a las que estábamos suscritos. Aún así, Hipernet fue también el primer expediente de Andalucía en el programa de incentivos “empresa joven”, lo que nos obligó a hacer una planificación, sobre todo en el apartado de gastos e inversiones, que sin duda fue fundamental a la hora de definir el proyecto.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Independientemente de la línea de subvenciones de la Junta de Andalucía “Empresa joven” (que sirvió más para hacer una reflexión y un plan de negocio que los fondos que nos adjudicaron), prácticamente todas las inversiones han venido de la reinversión de beneficios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

En los inicios de Hipernet no había redes sociales.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Hipernet se encontró con tres dificultades claras: Por un lado el desconocimiento de las empresas de lo que era internet, ya que había que explicar todo en prácticamente cualquier empresa donde tuviéramos actividad comercial, por otro, la búsqueda de recursos humanos con formación específica en esta nueva tecnología y por último el crecimiento exponencial de la empresa, que no nos daba tiempo a organizar.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Hubiera dimensionado la empresa con una visión más a nivel nacional, con oficinas en Madrid y Barcelona.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Nunca he visto el espíritu emprendedor como un esfuerzo, es una actitud ante la vida. La recompensa, sin duda es compartir tus ideas con otros. Incluso cuando éstas fallan son el bien más preciado de un emprendedor.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- No lo pienses mucho, haz un prototipo.
- Ten todo el día puestas las luces largas y acompáñate de una persona que se preocupe de las luces cortas.
- Si vendes por precio solo ganarás dinero. Vende innovación y verás tus sueños en el mercado.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Sin duda influye positivamente. Málaga tiene el talento para desarrollar cualquier tipo de proyecto, es una excelente ciudad para las empresas tecnológicas gracias a sus comunicaciones y a la Universidad. Al mismo tiempo, la calidad de vida y la actitud ante la misma que tenemos es, bajo mi punto de vista, fundamental. Tener la capacidad de producción en Málaga al tiempo que oficina comercial y de expansión en Madrid es, pienso, una excelente opción.

HUTESA AGROALIMENTARIA, S.A.



*“PERSEVERANCIA,
TRABAJO Y RIGOR”*

Mª PAZ HURTADO CABRERA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Hutesa Agroalimentaria, S.A. nace con un objetivo claro: EXPORTAR aceitunas de mesa de origen español envasadas en su planta de fabricación en Fuente de Piedra.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Tanto la idea inicial como el final del proyecto siempre ha sido el mismo: comercializar Aceituna de Mesa en el Exterior con una prospección internacional en exclusiva, con expansión y posicionamiento de Marca, para ello se puso en marcha el proyecto de una empresa especializada en el envasado y la exportación de aceitunas, ofreciendo una amplia gama de formatos de envasado y variedades de aceituna desde nuestras instalaciones en Fuente de Piedra, Málaga.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es fundamental, sin plan y estrategia difícilmente se pueden llegar a conseguir resultados positivos y de éxito en un proyecto. Para un plan de negocio es esencial tener una total claridad del objetivo, lo que se quiere conseguir y lo que se requiere para ello. Es necesaria una buena formulación (conocimiento del producto o servicio, mercado al que va dirigido, competencia, estrategias de implementación, equipo,...) y así poder alcanzar el éxito. Es imprescindible fijarse objetivos a corto, medio y largo plazo.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Ha habido un poco de todo.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Ninguna red social, sólo web corporativa.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Basicamente sólo una: Tesorería

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Ninguno tan grave que lo recuerde.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Tres esfuerzos:

- Optimismo
- Duro trabajo
- Mucha entrega

Hutesa Agroalimentaria, S.A. se embarcó hace años en la compra de una fábrica envasadora que fue remodelada y ampliada, hoy en día alberga las instalaciones principales de Hutesa en Fuente de Piedra, donde disponemos de 400.000 m² de superficie de los que 25.000 m² están destinados a producción y almacenamiento. Nuestra capacidad de procesado es de más de 16 millones de kilogramos netos lo que nos permite ofrecer un servicio sin parangón en el sector, entregando los pedidos en menos de diez días. Nuestras instalaciones están preparadas para producir seis camiones cada ocho horas tanto de vidrio como de latas exportando el 100% de nuestra producción.

Trabajamos con aceitunas españolas de las variedades Hojiblanca, Manzanilla y Gordal. Nuestras aceitunas pueden ser verdes o negras, enteras o sin hueso y también rellenas de ajo, almendras, anchoa, pimiento, etc. Nuestro volumen de negocios anual ha sido de 16 millones de euros y hemos exportado 10.000 toneladas de aceitunas netas.

Nuestra vocación exportadora fue reconocida con el premio Alas a la mejor empresa exportadora de Andalucía en el 2006. Este y otros reconocimientos los recibimos como estímulos para seguir creciendo.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Perseverancia
- Trabajo
- Rigor.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Tiene una gran importancia, situados en el corazón de Andalucía en un entorno único, nos encontramos no sólo rodeados de un hermoso paisaje enmarcado en la Reserva de la Biosfera con la segunda mayor población de flamencos en Europa, sino que además disfrutamos de los beneficios de unas excelentes comunicaciones e infraestructuras. Orgullosos de nuestros orígenes, no sólo estamos exportando aceitunas, sino también Andalucía y España como marca, ya que la totalidad de nuestra producción se vende en mercados exteriores.

INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN S.L. (PODIPRINT)



"LA CLAVE DEL NEGOCIO ESTÁ EN LA INNOVACIÓN, PENSAR EN QUÉ PUEDES HACER POR TU CLIENTE Y HACERLO DE FORMA DISTINTA"

MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ MAZA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Podiprint nace como respuesta a los problemas del sector editorial (cambio tecnológico, bajada de la venta, necesidad de abrir nuevos mercados y optimizar el flujo de venta). Nace en 2014 cambiando el paradigma, antes se imprimían libros y se enviaban en depósito a las librerías y ahora, primero se vende y después se produce en impresión digital desde un ejemplar.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Podiprint forma parte de IC, Innovación y Cualificación, proveedor para formación presencial y online que siempre ha tenido una premisa en su servicio, la personalización de sus productos.

Detectamos que habíamos desarrollado un procedimiento y una solución que podría ser aplicada al sector editorial. Decidimos en 2014 lanzarnos al mercado, creando Podiprint, y tres años después, operamos en cinco países de forma directa y 12 de forma indirecta con un incremento anual del negocio del 50%. La idea inicial era imprimir bajo demanda y, tres años después, nos hemos convertido en el principal distribuidor bajo demanda en España y Latinoamérica.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es el plan de vida de la empresa.

El plan de negocio consiste simplemente en fijar un camino para, sobre todo, tomar las decisiones más acertadas de cara a cumplir con la misión que la empresa se ha propuesto, mirando el futuro pero planteando métricas que ayuden a mantener la dirección en el presente, sabiendo con qué recursos necesitamos contar y qué hacer cuando nos encontremos con desviaciones.

Para nosotros ha supuesto además poder mantener una escucha activa y poder aprovechar las oportunidades que se han presentado para aportar un valor añadido a nuestros clientes.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

El 80% han sido fondos propios y el otro 20% con subvenciones específicas para la incorporación de nueva tecnología productiva y adecuamiento del entorno de trabajo.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Hemos puesto en marcha todas aquellas acciones que a nivel de marketing, comunicación y comercial han ayudado al cumplimiento de los objetivos, desde eventos offline hasta una trabajada estrategia de Growth Hacking. Dentro de la misma, contamos con perfiles en Facebook, Twitter, con una web como gestor de contenidos y una plataforma de desarrollo propio que nos permite ofrecer valores de trazabilidad, control de mercado, administración y facturación internacional a nuestros clientes.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Más que dificultades las consideramos oportunidades para aprender y crecer. Si tuviéramos que mencionar tres, serían probablemente los diferentes ritmos de trabajo en los procesos de internacionalización, la readaptación de los flujos de trabajo al nuevo escenario y los procesos de evangelización en un sector acostumbrado a trabajar de manera tradicional y poco proactivo ante los cambios de mercado.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Si no hubiéramos cometido errores no estaríamos ahora mismo donde estamos, los errores no se deben de evitar, son los que permiten que sigamos aprendiendo.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Hemos aprendido en equipo a solventar problemas, nos hemos convertido además en ciertas áreas en referentes en nuestro sector a nivel internacional y hemos conocido a grandes profesionales con los que hemos tenido la oportunidad de crecer y aprender juntos. La recompensa es la propia experiencia del aprendizaje.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Marca tu objetivo y enfréntate al mercado teniendo claro qué eres, qué puedes aportar y qué haces aquí, incorporando en tu equipo a profesionales sobre todo con hambre por aprender y ganas de crecer junto con la empresa y trabajar siempre con una máxima, no te preguntes qué puede hacer tu cliente por ti, sino qué puedes hacer tú por tu cliente.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Nuestra desventaja podría ser aún mayor al residir en Antequera, pero la provincia de Málaga goza de salud empresarial, buenas ideas y tintes tecnológicos. Hoy en día, en un mundo globalizado e hiperconectado, la localización deja de ser un gran hándicap, nosotros desde Antequera atendemos en total a 16 países y conectamos 39.000 puntos de venta a lo largo de todo el mundo con un lema, no importa donde puedes producir, sino donde eres capaz de vender.

INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTESEL S.L.



*“DESDE 1970 POTENCIANDO
EMPRESAS, TECNOLOGÍAS
Y EMPLEOS”*

GUSTAVO BARBEYTO

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Empresa de formación especializada en áreas industriales y de nuevas tecnologías, para dar soporte a las empresas malagueñas y andaluzas a desarrollar las competencias de sus trabajadores.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

El proyecto inicial consistió en montar una pequeña academia de formación en electricidad y electrónica en calle Eugenio Gross, que fue creciendo hasta tener hoy en la actualidad más de 2000 m² y 90 certificaciones profesionales, 49 años de trayectoria empresarial y más de 35.000 alumnos formados.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocios es vital para saber donde posicionar tu empresa y cual es tu competencia, detectar los puntos fuertes que te hacen diferente y puedes darle un valor añadido a tu cliente, así como obtener una primera visión de tu proyecto empresarial.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

En su inicio un préstamo bancario, con el crecimiento de la empresa hemos trabajado con pólizas de crédito, hipotecas para la compra de inmuebles y líneas de descuento.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Ya que la empresa nació en 1970 no había estos medios, por lo que eran anuncios en prensa mayoritariamente. Actualmente sí trabajamos con ellos.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

La falta de capital inicial, y el exceso de burocracia para la puesta en marcha de licencias, permisos,...

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Ampliar la empresa basada en convenios firmados con la Administración Pública.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Que conozcan nuestro nombre casi todas las empresas industriales de Málaga, ya que hemos formado alumnos y reciclado trabajadores durante estos 47 años en la mayoría de ellas, y sobre todo el agradecimiento y reconocimiento de alumnos cuando encuentran un trabajo gracias a nuestra formación.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- La vida de empresario es agri dulce, pero siempre compensa más lo positivo que consigues que lo duro que se hace conseguirlo.
- Aprende de tus errores corregidos.
- Para ser un buen empresario hay que saber estar detrás para luego tirar delante (ser un ejemplo para tus trabajadores).

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Es vital la buena comunicación de tu empresa con tus clientes o sector empresarial, que sea visible y accesible.

JEDDins



*“ES UNA CARRERA DE FONDO
CON MÚLTIPLES OBSTÁCULOS,
QUE AUNQUE RECIBAS AYUDA,
LA CORRES TU SÓLO, POR TANTO
NO HAY QUE DEJARSE VENCER
POR LAS ADVERSIDADES”*

JUAN VÁZQUEZ MATEOS

Breve descripción del proyecto emprendedor

Consultoría estratégica especializada en el sector turístico. Nos encargamos de analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del destino y/o empresa, tanto a nivel interno como en el entorno en el que se encuentra, para establecer las acciones que les permita seguir su desarrollo. Además implantamos las medidas asegurando el éxito.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial era una consultora tecnológica centrada en el sector turístico, la final es una consultora estratégica.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es importante para centrar la idea, pero es necesario tener la mente abierta a cambios. Para elaborarlo, es fundamental contrastar el estudio teórico de mercado con las necesidades reales del mercado, además de establecer un calendario de ejecución de acciones claro. Por otra parte, es bueno dejarse aconsejar para el plan económico por profesionales.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Página web, que en mi caso es sólo para que los clientes puedan constatar que realmente la empresa existe, ya que mis servicios no se venden por Internet; y como red social Facebook, que es la que mejor se adapta para la creación de marca.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- Carencia de contactos a los que dirigir los servicios sin tener que utilizar la puerta fría.
- El cambio de modelo económico, el paso de etapa en la que la Administración Pública asumía la mayoría de los proyectos de mejora, al modelo actual donde son los empresarios los que deben llevar la iniciativa, tanto económica como de emprendimiento del proyecto.
- La inestabilidad política que bloqueó gran parte de las inversiones, tanto públicas como privadas.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Desarrollar un producto en su totalidad antes de validarlo con los clientes.
- Olvidar mi vida personal y centrarme sólo en el trabajo.
- No considerar la vehemencia como parte del trabajo (pensar que si insistes en tu oferta el cliente puede cansarse, al final se llega a la conclusión de que vender es insistir -sin llegar a ser agobiante.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

El desgaste que produce el no ver los resultados esperados. A cambio la satisfacción de ver cómo tu trabajo ayuda a otras personas a consolidar su negocio

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

No te obsesiones con la idea, es necesario tomar distancia de vez en cuando para poder avanzar.

Resuelve problemas, no hables de características de tu producto, si no de soluciones.

La empresa se mantiene no de lo que hace sino de lo que vende, si no tienes actitudes comerciales busca ayuda. Puedes tener un producto muy bueno, pero si no eres capaz de venderlo, no te sirve de nada.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Muy positivamente, ya que hablar de turismo y Costa del Sol hace que clientes de otros puntos de la geografía andaluza se predispongan de forma positiva a oír tu propuesta.

JENSEN LOCALIZATION S.L.



*“TRABAJA DURO Y
NUNCA TE RINDAS”*

BRIAN H. JENSEN

Breve descripción del proyecto emprendedor

Jensen Localization comenzó como proyecto gracias a discrepancias entre dos empresas, las que me brindaron la posibilidad de adquirir una cartera de clientes y así poder empezar mi propia empresa.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial fue crear una de las diez mejores agencias de traducción del mundo con muchas sucursales localizadas en países estratégicos. El resultado actual es una empresa con tres sucursales europeas que se encuentra dentro de las treinta y cinco mejores agencias de traducción de Europa occidental.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Un plan de negocios es primordial para la creación de una empresa. Para su elaboración se debe tener en cuenta los siguientes puntos: financiación (propia en lo posible), un nivel alto de tecnología y automatización (en lo posible) y una organización eficiente en la administración desde el comienzo.

¿Qué financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios principalmente y un pequeño crédito que representa el 1% de las ventas. Hay que tener cuidado con los préstamos grandes ya que el banco será el que dirija tu negocio y no tú mismo. Cuando pasamos lo peor de la crisis muchas empresas con grandes préstamos terminaron en la quiebra. Por lo tanto hay que tomar muy en serio el tema de financiación de tu proyecto.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Cuando inicié este proyecto las redes sociales estaban en sus comienzos. Lo que se utilizaba principalmente era la venta y promoción directa, participando en reuniones, exposiciones, conferencias y eventos, así como las recomendaciones y el boca a boca.

Tener una web propia y traducida como mínimo al inglés era muy importante. Hoy en día aparte de todo lo mencionado, las redes sociales y otras herramientas son primordiales. Tu negocio debe estar como mínimo en Facebook, Google +, LinkedIn, Twitter y Xing. Y hacer uso de herramientas que te ayuden a automatizar tareas.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Falta de traductores.
- Diferencias culturales en el marco laboral entre España, Dinamarca y Holanda.
- Falta de comunicación.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Realizar grandes inversiones antes de una crisis.
- Confiar excesivamente en la gente.
- Dar las cosas por sentado.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- La mayor recompensa aún está por llegar.
- Cuando la organización y las estructuras crecen el esfuerzo se incrementa.
- Tener una empresa que trabaja como un reloj suizo requiere esfuerzo, pero la recompensa lo vale.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- Planea bien, no hagas las cosas sin un plan.
- Haz tu parte del trabajo, no esperes que el trabajo se haga solo.
- Cumple tus objetivos y sueños, habla menos y haz más.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Málaga es una ubicación con una gran afluencia extranjera que es la base para nuestro desarrollo. La ciudad de Fuengirola al igual que la de Málaga son un ejemplo en la integración de diferentes culturas. Gracias a la Universidad de Málaga existe una gran disponibilidad de mano de obra cualificada. Es un lugar muy atractivo para turismo, eventos y conferencias. Sin embargo se tardó casi diez años en tener una conexión a Internet decente, que es primordial para el desarrollo de cualquier negocio hoy en día. Por otra parte hay una tendencia creciente por parte de Hacienda y la Administración Pública de obstaculizar y oprimir a pequeñas y medianas empresas, problema que puede llevar a España y a la región andaluza a sumergirse nuevamente en una crisis.

KAOKA SERVICIOS DEPORTIVOS SL (MANTENTURF)



“REINVENTARME Y ASUMIR EL RIESGO DE TOMAR DECISIONES ES LA COSA MÁS EMOCIONANTE QUE SEGURAMENTE HARÉ EN MI VIDA, Y LA MÁS NECESARIA”

JOSÉ ANTONIO BARÓN JIMÉNEZ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Kaoka Servicios Deportivos SL nació en 2007 con la misión de prestar servicios deportivos, actividades deportivas escolares, socorrismo y campamentos. La crisis económica nos hizo transformar nuestro negocio cuando contabamos con treinta empleados, y diez años después nuestro mayor activo es Mantenturf, convirtiéndonos en una empresa de referencia en superficies deportivas de césped artificial.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Inicialmente planteábamos 3 áreas de negocio fundamentales: Las escuelas deportivas, el servicio de socorristas y los campamentos ludico-deportivos. Hoy nuestra actividad sigue estando estrechamente relacionada con el sector deportivo pero trabajamos con productos y servicios totalmente diferentes a los que ofrecíamos en nuestro comienzo. Bajo la marca Mantenturf nos convertimos en una empresa pionera en ofrecer servicios de mantenimiento especializado de campos de fútbol de césped artificial en Andalucía. Hoy en día más de 100 campos de fútbol nos son confiados cada año para su mantenimiento. Somos distribuidores de una de las marcas de césped artificial más prestigiosas de Europa.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Elaborar un plan de negocio ayuda en el sentido que nos obliga a profundizar en la idea que tenemos de empresa y a planificarla. Nos ayuda a conocer el entorno en el que se va a desarrollar la empresa. Hay que dedicarle un tiempo determinado a la elaboración del plan de empresa, pero no quedarnos anclados ahí, pues es importante el “go to market”, salir al mercado con el producto y empezar a hacer pruebas. No necesitamos un producto acabado hasta el mínimo detalle, porque realmente va a ser el mercado el que nos va a decir como debe ser definitivamente el producto. Un consejo importante: No invertir demasiado en fases iniciales. Mínima inversión y salir ahí fuera a vender.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Comenzamos con inversión propia. Posteriormente contratamos una línea de crédito con el banco para la gestión de la liquidez. Cuando nos tocó invertir para que la empresa creciera, pedimos un préstamo al banco (importante no avalar con garantías personales, como por ejemplo, tu casa). En su momento recibimos subvención de Fondos Europeos para la compra de maquinaria. También hemos recibido una subvención de la Cámara Oficial de Comercio, Industria Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga de Comercio para

la actualización tecnológica y digitalización de la empresa. Ahora contamos también con líneas de crédito internacional, que son muy interesantes para financiar compras a corto cuando tus proveedores son extranjeros. Mi consejo es que la empresa siempre tenga un balance solvente, endeudarse solo lo estrictamente necesario y reinvertir todo el beneficio en los primeros años para que los fondos propios sean un activo importante de la empresa.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Muchas, recomendaré LinkedIn a nivel personal para hacer contactos dentro de tu sector y Twitter como un altavoz que puede llevar tu empresa a muchos sitios. En cuanto a herramientas web recomiendo MailChimp para crear campañas de email marketing y mantener la comunicación con los clientes. Google Calendar es una buena agenda y te permite coordinarte con tu equipo. Nuestro sistema de información empresarial está en la nube, lo que te permite que la información siempre esté actualizada para todo el equipo (clientes, pptos, facturas...).

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- La crisis financiera. Imposibilidad de solicitar financiación.
- Trámites legales para la constitución de la empresa y puesta en marcha.
- Dificultad para contratar con la administración. Ley de Contratos del Sector Público.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Trabajar para un solo cliente.
- No asignar presupuesto al plan de marketing.
- No saber y no atreverme a preguntar.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

En cuanto a esfuerzos:

- Toda elección implica una renuncia. He renunciado a muchas cosas.
- He invertido una enorme cantidad de tiempo en mi empresa.
- He tenido que aprender a hacer tareas que no me gusta hacer.

En cuanto a recompensas:

- Colaboro en el progreso de nuestra sociedad.
- Me dedico a lo que me gusta y tengo una gran autonomía personal.
- Conozco gente increíble que comparte conmigo muchas cosas.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- No te obsesiones demasiado en una idea/producto. Mira los números. Si no salen, no vale.
- Se honesto contigo y con las personas que tengas en tu empresa. Al principio será una de las pocas cosas que podrás ofrecer.
- Rodeate de colaboradores y socios.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Por suerte Málaga es un gran lugar para hacer negocios. Es una de las ciudades de Europa con mejor proyección en el futuro y es una provincia con un dinamismo empresarial grande. Me encanta Málaga para hacer negocios y es un buen mercado para nosotros, tenemos muchos clientes por toda la provincia. Además hay una gran calidad de vida, con lo que puedes atraer talento de fuera y vivir tu mismo muy bien. Está muy bien conectada con el resto de España y de Europa, eso te ahorra mucho tiempo al viajar.

BARBERIA ROCK'NROLL



"STEP BY STEP"

MARCOS CLENSHAW PEREDA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Somos una barbería dedicada al corte, afeitado y cuidados del caballero, con un estilo peculiar.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial cambió un poco con el proyecto final, pero en eso consiste, en mejorar ¡Si es necesario cambiar cosas, hazlo!

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocios es importantísimo. Te permite visualizar y proyectar lo que realmente quieres, aunque después cambien algunas cosas.

Y por último reciclarse semestralmente en tu profesión y en gestión empresarial, eso es clave para tu negocio.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Préstamos.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Redes sociales Instagram y Facebook, y como herramienta trabajé mucho la imagen del lugar.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- La financiación
- La localización de la ubicación del negocio.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

He pensado todo muy bien antes de hacerlo, y por ahora ha salido como me esperaba. Yo pienso que cuando mezclas lo que te gusta con la pasión por los negocios se conjuga todo.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Pues como todos : esfuerzo físico, mental y dedicar mucho tiempo, que como bien sabemos es lo más preciado que tenemos.

Y recompensas, muchas. Además de ver que los frutos de tus ideas dan provecho y van saliendo bien. También en mi caso, por ejemplo, conocer a mucha gente increíble y ayudar a que se vean bien. Eso, la verdad, es una de mis mayores satisfacciones.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Quizás, que prestara más atención desde el principio a las cuentas, gastos, etc. y haberme informado mejor sobre el mundo fantástico de los impuestos.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Mucho!!!! Málaga es una ciudad turística increíble, a eso súmale que también es ciudad de residencia. La gente del resto de España o de fuera encuentra en Málaga un paraíso en el que vivir o pasar el tiempo.

MANUEL NAVARRO. ARQUITECTO



Breve descripción del proyecto emprendedor.

El estudio de arquitectura se basa en tres grandes pilares; los proyectos comerciales, que son el principal ingreso de la empresa; los proyectos de concurso, que aumentan la visibilidad y creatividad del producto diseñado y los proyectos de investigación, que introduce al estudio de arquitectura en el mundo teórico y conceptual de la profesión.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Inicialmente se pretendía coordinar todas las especialidades que intervienen en el proceso arquitectónico y urbanístico, incluida la comunicación de los propios proyectos. Finalmente se ha coordinado con personal propio dando servicios a empresas afines al sector, tanto a nivel técnico arquitectónico como de comunicación on line y off line.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es fundamental la elaboración del mismo, sobre todo para entender los objetivos de la empresa, así como la veracidad de los mismos y los mecanismos necesarios para su realización.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Redes Sociales: Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram.

Herramientas web: Wordpress y Google Analytics.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- La financiación para el desarrollo de los objetivos.
- La falta de formación, y sobre todo la falta de conocimiento de la actividad de posibles colaboradores.
- La crisis económica.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Cambiar objetivos fuera del Plan de Empresa.
- La falta de definición inicial de las estrategias.
- No coordinar el Plan de Marketing con la partida presupuestaria para su ejecución.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

En cuanto a esfuerzos: dedicación , exclusividad inversión.

Y cómo recompensas: proyectos ejecutados, premios internacionales y beneficios económicos.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Piensa y planifica antes de ejecutar.
- Crea equipo pensando más en las personas que en las capacidades
- Invierte en tus relaciones empresariales para crecer.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Para el sector de la Arquitectura es un punto estratégico. Málaga/Marbella es el motor económico de Andalucía. Las buenas conexiones con Madrid hacen también posible la interacción con las grandes empresas.

MASKOM SUPERMERCADOS



*"CONSTANCIA Y
REINVENTARSE PARA QUE
LA EMPRESA PERDURE"*

SERGIO CUBEROS LARA

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Nuestro proyecto es una cadena de supermercados con una excelente relación calidad precio y en la que lo prioritario es ofrecer la mejor atención a los clientes y como pilar principal, los productos frescos.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

En principio pensamos que fuera un proyecto local, finalmente se ha convertido en un proyecto autonómico.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Para nosotros fue fundamental, el plan de negocios es como la carta de navegación para poner proa hacia el objetivo marcado.

Para elaborar el plan de negocio es importante que sea muy real, adaptado a las posibilidades pero también ambicioso.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Funcionamos con préstamos bancarios sobre todo leasing y no repartimos dividendos entre los socios para poder seguir creciendo con recursos propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Estamos en Facebook, Twitter e Instagram. Además tenemos web corporativa para Maskom Supermercados y Maskompra, de tipo responsive, para una buena visualización en distintos dispositivos, y realizamos venta online.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- Tener un buen precio de compra de productos para poder tener un buen precio de venta a nuestros clientes, para ello tuvimos que ir creando asociaciones entre los comerciantes para así unir volumen de compra, así se creo:
 - Dama, detallista de alimentación de Málaga
 - Grudasur, grupo de distribución andaluza
 - Cmd, central minorista distribución nacional.
- La financiación fue otra de las dificultad.
- Encontrar buenas ubicaciones para los supermercados.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- No invertir en tecnología lo antes posible.
- El área de Marketing, que empezamos bastante tarde.
- No haber montado unos centros mas grandes.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Conseguir aglutinar a los compañeros empresarios dentro de las asociaciones que constituimos.

Hemos realizado un esfuerzo en conseguir que los productos frescos sean realmente el motor y para ello hemos contado con la profesionalidad de nuestros carniceros, charcuteros, fruteros y pescaderos.

La creación de una tarjeta social para las personas mayores de 65 años, con la Junta de Andalucía, con la que ofrecemos un descuento del 3 % a estos clientes a los que les cuesta trabajo llegar a fin de mes.

La recompensa es que nuestros clientes vuelven a elegirnos para hacer sus compras de alimentación.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Constancia en la idea y que esta aporte algo distinto al potencial cliente.
- Crear un buen equipo.
- Endeudamiento mínimo.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

El que estemos ubicado en Málaga es muy positivo ya que es una ciudad con una gran actividad empresarial, muy innovadora, abierta al mundo exterior y con una gran imagen en el exterior.

Somos muy envidiados por la ciudad donde nos desarrollamos.

MIYAVA



*“ORIGINALIDAD Y
EVOLUCIÓN”*

VANESA VALERA SIMONS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Este es un proyecto que llevaba mucho tiempo deseando llevar a cabo, que consiste en dar salida a mis creaciones artesanales y poder crear mi propio negocio haciendo lo que me gusta.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Inicialmente me centré en la elaboración de alpargatas decoradas artesanalmente y probar la aceptación que tendría en el mercado una de mis creaciones. Posteriormente al ver la buena aceptación que tenía y tener que incorporar nuevos productos acordes a la nueva estación del año que se acercaba, he ido introduciendo complementos de todo tipo como bolsos, carteras, colgantes, pulseras incluso ropa.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es importante pero creo que es aún más importante ir analizando los resultados que se vayan produciendo y saber ir adaptando dicho plan de negocio a las necesidades y a la demanda.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook, Whatsapp, Instagram.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

La ausencia de subvenciones iniciales, el alto coste de la creación de una página web o de mejorar la presencia en las redes sociales.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

El principal error fue la ubicación que inicialmente tuvimos como punto de venta, por eso mismo como comenté antes es muy importante ir adaptándose conforme se producen los resultados.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

La principal recompensa es la satisfacción de estar luchando por mi propio proyecto e ir viendo que los resultados están siendo favorables como consecuencia de mucho trabajo.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Estar abierto a evolucionar según sean los acontecimientos, ser originales y lanzarse.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Muy favorablemente.

MOVION SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, S.L.



“TODO SE CONSIGUE CON ESFUERZO, PERO AQUEL QUE PIENSE QUE ESTO NO ES DURO, MEJOR QUE SE DEDIQUE A OTRA COSA”

**JOSÉ ANTONIO TORTOSA
RODRÍGUEZ**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Empresa de desarrollo de aplicaciones móviles a medida, orientadas a B2B, aplicaciones para empresas, además de otros servicios de valor añadido como sistema de GPS móvil para empresas.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial era una empresa muy enfocada al cliente final, a empresas, dedicada al desarrollo de aplicaciones, con un peso importante del resto de servicios de valor añadido. Al final, trabajamos con muy pocos clientes, siendo partners de consultoras que son realmente las que nos proporcionan los proyectos, formando parte de su red de proveedores.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es muy importante porque te fuerza a sentarte y pensar, aunque al final el proyecto se desvíe de la idea original.

Para su elaboración recomiendo siempre ser muy realista, y no centrarse sólo en los aspectos que uno domina, sino intentar contemplar todos aquellos que se suelen dejar de lado porque no son, o no se consideran, core del negocio, como la parte comercial, de administración, de gestión de proveedores y clientes, RRHH, etc.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Principalmente medios propios, un ICO Liquidez, y líneas de crédito de renovación anual

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

La página web de la empresa es fundamental para darte a conocer, apoyada de publicaciones en Facebook y mucho networking en LinkedIn.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- La principal es la financiación y el riesgo que supone contar con financiación ajena.
- Después, la falta de nombre en el mercado, algo que a veces cuesta bastante hacerse, sobre todo cuando intentas trabajar con empresas grandes, consultoras, etc.
- Cuando se empieza una idea o proyecto, tienes que hacer de todo, jugar todos los roles, y la falta de tiempo a veces te supera.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Crear una sociedad al 50% entre los socios. Siempre hay que tener una mayoría para poder dirimir ante cualquier conflicto.
- Intentaría tener más costes variables y menos costes fijos, sobre todo de personal. Intentar trabajar con colaboradores externos en lugar de incrementar la plantilla con cada proyecto.
- No me daría tanto miedo contar con financiación externa, tipo líneas de crédito, desde el minuto uno, en lugar de intentar hacerlo todo con fondos propios.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- La principal recompensa es tener la satisfacción de participar en proyectos importantes, a nivel internacional, y saber que has sido parte de ellos.
- El principal esfuerzo es la cantidad de tiempo que hay que dedicarle, quitándolo de otros aspectos importantes como la familia, etc.
- Otro esfuerzo es intentar no trasladar a tu entorno cercano todas las preocupaciones que continuamente te rondan la cabeza.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores

- Una empresa no es sólo una idea de negocio o un proyecto, sino que es necesario contar con una serie de conocimientos y/o capacidades, como trato con clientes, relaciones comerciales, capacidad de negociación, gestión económico-financiera, que muchas veces se olvidan, y son imprescindibles.
- Todo el tiempo que se le dedique al marketing online, posicionamiento, contenido web, siempre es poco.
- No debe darnos tanto miedo contar con financiación externa. Para los bancos es más habitual de lo que al principio nos imaginamos.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Para nuestra actividad, el hecho de estar ubicados en Málaga supone una ventaja competitiva en lo referente a costes, frente a otras empresas del sector ubicadas en Madrid o Barcelona.

MUSASHI ASESORES / CONSULTORES



*“QUIEN PERSISTE,
LO CONSIGUE”*

**JOSÉ ÁNGEL MORALES
MEDRANO**

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Firma de servicios profesionales para ayudar a las empresas en la consecución de sus objetivos.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?.

Crear una empresa de asesoramiento para pymes y finalmente se ha convertido en una firma que asesora a todo tipo de empresas y profesionales y les ayuda a conseguir sus objetivos.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocios es importante porque te ayuda a focalizar y centrar el tiro. Como recomendación que no se haga pensando en una subvención o ayuda, que su realización esté basado en el proyecto que el emprendedor tiene en su cabeza y que en su elaboración se acerque al máximo a los datos reales del mercado y, sobre todo, que defina muy bien a su cliente ideal rentable.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios y financiación ajena.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook, LinkedIn, Twitter, Web y Blog

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- Ausencia de clientes
- Escasa financiación
- Falta de experiencia

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Si volviera a empezar:

- Trabajaría en el sector antes de montar la empresa.
- Adecuaría los recursos a las necesidades.
- Sería más flexible.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

La capacidad de superación.

- La Confianza en un mismo y en el equipo.
- Hacer lo que me gusta.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- Antes de entrar en un sector de actividad prueba a trabajar en el sector por cuenta ajena.
- Fórmate hasta la extenuación.
- Confía en tu intuición y busca personas que sepan más que tú (talento).

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

En nuestro caso creo que nuestra ubicación es beneficiosa.

NEREA ARQUEOLOGÍA SUBACUÁTICA



“CUANDO SUBAS A LA CIMA DE UNA MONTAÑA, SIGUE SUBIENDO”

JAVIER IVÁN NORIEGA HERNÁNDEZ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Una empresa especializada en arqueología subacuática que dió lugar con el tiempo a una importante diversificación en la investigación del patrimonio cultural, basándonos en el uso de las nuevas tecnologías y la interpretación del pasado por parte de la figura apasionante del arqueólogo.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Investigar las profundidades submarinas, para su protección e investigación, dado el expolio que sufrían. El paso del tiempo ha dado una mayor profundidad a la materia, con la misma idea, pero ampliamente fortalecida por la experiencia y los resultados de haber trabajado en medio mundo.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Una importancia capital. El plan de negocios es simplemente comenzar a caminar con inteligencia un camino que requerirá de la misma siempre a lo largo de la vida de tu empresa, lleves uno o veinte años, y al que habrá que añadir con el transcurso del tiempo modificaciones. Un plan de negocios, como una carta arqueológica, esta viva, se van añadiendo soluciones. Eso si, es raro contemplar una empresa que sin plan de negocios haya llegado lejos. Seguro que las hay, pero por mi experiencia en el mundo tecnológico y del conocimiento ese plan de negocios es vital.

Medios de financiación: préstamos, subvenciones, medios propios...

En los primeros pasos aportamos mis ahorros. Tal cual. Eso nos dió para apenas nada, unos meses, lo suficiente como para pedir el primer préstamo. Prácticamente los primeros años de empresa casi todo los recursos se reinvertía en la propia empresa, eran tantas las necesidades. Es lo que tiene una empresa vocacional y que amas, quieres que funcione bien y lo mides todo mucho. Desde los inicios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Me agradan mucho las redes sociales. Soy una persona muy sociable y estas me permiten estar en contacto con arqueólogos en Holanda, con técnicos de robot submarinos o estudiosos de arquitectura naval en Texas. Facebook ahonda

en la amistad en muchas ocasiones y eso es muy bueno. Twitter me permite estar conectado al mundo con precisión y milímetro. Veo antes Twitter que los periódicos. Los grandes museos del mundo y centros tecnológicos, así como los proyectos internacionales de envergadura están en Twitter. Es muy interesante. Son herramientas geniales si se utilizan correctamente.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Burocracia al principio, burocracia en el desarrollo y burocracia al final. Esa es la gran dificultad de este país, luego vendrá el clientelismo y la falta de meritocracia.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Es necesario comenzar con el equipo adecuado, es decir conocer a las personas con las que te vas a aliar en algo tan importante como es la creación de una empresa. Esfuerzo, capacidad de sacrificio, vocación por el trabajo y compañerismo. Claves para tener y reconocer a un buen compañero de fatigas y socio en los comienzos. Nosotros desde Nerea tuvimos al principio problemas con dos socios que nos demostraron que no tenían nada de esto. Ahora hacemos 15 años de empresa. Los socios fundadores somos como hermanos y somos muy fuertes, todo tiene en la vida su proceso de decantación, aunque parezca mentira y como exclamaba Kavafis en su poema, "Ítaca"; que vengan obstáculos y problemas.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

En esfuerzo. la capacidad de superar dificultades. lo demás lo pienso y no se... Me encanta emprender y mi trabajo por lo que no lo considero un esfuerzo, que supongan fatiga. ¿Y la recompensa?, muchas. Tantas. La capacidad de mejora de uno mismo por la resiliencia, el sabor de la victoria, pero sobre todo, además de inventar y la capacidad de crear prácticamente a todos los niveles, lo mejor sin duda, son los lugares y las personas que he conocido. Esto sobre todo. Siempre las personas.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores:

La primera. prudencia. No todo es tan fácil y todo requiere pensar acertada, pero activamente las cosas en una etapa de la vida en la que la impulsividad, en ocasiones temeraria, es lo más normal y esa impulsividad te puede meter en más de un buen problema. El segundo, formación. Y tiene que ser, buena no, de excelencia, como se dice. Has de saber y demostrar que haces bien las cosas. Por eso te van a contratar. Por último, importantísimo, la sociabilidad, la empatía, la mano izquierda de toda la vida que te permitirá avanzar mucho más. Los grandes empresarios/as para mi estrechan la mano con honestidad y dibujan una gran sonrisa que todo lo hace posible.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Mucho. Es una ciudad que refleja lo que somos. Valientes, emprendedores y cosmopolitas. Mi empresa es todo esto, es hija de su tierra, que además comenzó por una razón bien sencilla. La arqueología submarina requería de mar y conocerlo bien. Nuestra ciudad es una bella ciudad marítima. Allí y por ella, empezó todo.



Breve descripción del proyecto emprendedor.

Además de la escuela de español donde ofrecemos cursos certificados, queremos abrir una academia online de español para extranjeros.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

Una agencia especializada en enviar españoles a estudiar idiomas al extranjero. Terminó siendo todo lo contrario, recibiendo estudiantes extranjeros de español en Málaga.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es muy importante elaborar un plan de negocio ágil, no más de tres folios. Dónde está la empresa, hacia donde dirigirla y cómo llegará hasta allí.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Subvenciones, medios propios y pólizas.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Página Web, landingpages, Twitter, Facebook, Instagram, Google+, Youtube

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Regulaciones, formación y apoyo del entorno.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No delegar, No planificar, No disfrutar del proyecto.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Incontables horas de trabajo te conducen a la satisfacción de llevar a cabo un proyecto junto a un grupo de personas y la independencia financiera que te aporta.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

Aprende de tus propios errores, no corras y planifica.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

En éstos momentos, Málaga aporta mucho a mi propuesta de valor frente a otros competidores como Valencia, Barcelona. Su oferta cultural junto a las buenas conexiones aéreas hacen que Málaga sea un destino muy competitivo.

PLUS ENGINEERINN S.L.



Para cuando empiezas: "NADA COMIENZA GRANDE, TODO COMIENZA POR FE,..."

YURESKY ROJAS RINCÓN

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Somos una Ingeniería que proporciona soluciones basadas en Tecnologías de Identificación y Automatización. Desde sencillas cerraduras electrónicas para viviendas turísticas hasta sistemas robustos de control de accesos, tiempo y localización de objetos y personas en edificios y espacios abiertos.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial era combinar las tres ingenierías de las tres socias/hermanas: Ingeniería electrónica, civil y telecomunicaciones para hacer proyectos de Smart building, Smart cities, incluyendo la eficiencia energética, domótica, IT, I+D, etc.. Actualmente nos hemos focalizado en una sola línea que es nuestro fuerte: la integración de productos y soluciones basados en tecnología RFID (Identificación por Radiofrecuencia). Ahora sabemos que todo no se puede hacer a la vez. Primero un paso, luego otro, luego otro y así,...

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es fundamental para iniciar cualquier proyecto. Es la guía que ayuda a poner en papel todas las ideas y acciones que se quieren realizar. En mi caso le di una gran importancia a analizar la competencia y conseguir las soluciones, productos y partners adecuados de los cuales aprender y además realizar acuerdos económicos interesantes ya que no teníamos un producto propio. Sin embargo dejé muy en el aire el plan de marketing.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Todo han sido medios propios. El famoso FFF (Friends, Fools & Family).

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook, Instagram, Twitter e intentamos las 3 socias mantener muy actualizado el LinkedIn.

Tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

La financiación, la falta de preparación en el ámbito comercial (ventas), y que productos y servicios hemos teniendo que adaptarlos a la zona donde estamos, donde la economía se basa principalmente en el turismo y el sector inmobiliario.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- No planificar con fechas y calendario. Esto hace que el arranque del proyecto se eternice.
- Iniciar un proyecto de empresa sin tener en cuenta la localización geográfica de los posibles compradores.
- No focalizar, tener muchos productos/servicios e intentar venderlos todos a la vez, esto denota una falta de planificación en el marketing y comercialización lo que a su vez produce un desgaste importante pues se trabaja demasiado y los resultados no se ven.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Esfuerzo.

- Trabajar sin remuneración económica.
- Salir de mi zona de confort: tener que vivir en otras partes, aprender otros idiomas.
- Levantarme a las 5:00 cada Martes desde hace casi 20 años para reunirme con empresarios de la región en mi grupo de BNI en Mijas.

Recompensa.

- Tener familia/marido que me apoyan y no me han dejado morir en el intento.
- No sólo he conseguido oportunidades de negocio sino amistades y personas que creen en mí, que me han ayudado a crecer como persona y como profesional y que buscan la manera de ayudarme a tener éxito con mi empresa.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- La frase “todo lo que te imagines y creas posible lo puedes conseguir” es muy bonita y realmente lo creo, pero debería ir complementada con una “señal de advertencia”: A veces los resultados no se ven en el tiempo y momento que planificas. Ten paciencia. Mucha paciencia y verifica si tienes los recursos físicos, mentales y económicos para soportar el peor de los casos. Planificar y estar listo para lo que venga es fundamental para la salud mental y evitar improvisaciones que desgastan.
- Ten un plan B, C, D,...
- Escribe un plan de acción para cada año, en un calendario y CÚMPLELO! Eso evitará que hagas mucho y luego sientas que no has hecho nada y que los resultados puedan ser medibles y analizables.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Creo que mi ubicación en Málaga ha sido uno de los factores que retrasó el inicio de mis actividades como empresa tecnológica, no por Málaga sino porque no estudié con más cuidado de que manera debería aproximarme a este mercado, que es diferente al de Valencia (de donde venía) o al de Bogotá/Colombia (donde estudié). Nos ha tomado algún tiempo ir adaptando los servicios / productos de tecnología a las necesidades de los empresarios de esta región. Lo bueno es que ahora no creo que exista una ingeniería más especializada en tecnología RFID que entienda tan a fondo las necesidades de sector turístico e inmobiliario.

PROMARKETING S.L.



“EN PROMARKETING, LO QUE HACEMOS O LO HACEMOS BIEN O NO LO HACEMOS”

JOSÉ MARÍA YAGÜE MARTÍNEZ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

La idea inicial era que si había diez empresas distribuyendo folletos de sus respectivos negocios de ocio en hoteles, oficinas de turismo y agencias de viajes y cada empresa tenía su propio distribuidor, ¿por que no tener un solo distribuidor para las 10 empresas?

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial es la expuesta anteriormente y el proyecto final es que actualmente distribuimos folletos para mas de 100 empresas en más de 1.500 puntos de toda Andalucía y Murcia.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Hoy en día las cosas se hacen de una forma diferente a como se hacían hace 35 años cuando yo formé mi empresa y recomendarías analizar muy bien qué es lo que se quiere hacer, si existe alguien que haga lo mismo y ver la forma de hacerlo mejor y más barato. Cuando vayas a ofrecer tu servicio a un posible cliente, analizar las preguntas que creas que te puedan hacer y tener las respuestas preparadas para que el cliente vea que tienes todo previsto.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios y préstamos bancarios, nunca he tenido ninguna subvención.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Actualmente solamente Internet, en los comienzos, teléfono y cartas.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

- Convencer a los posibles clientes que tu podías hacer lo mismo que hacían ellos con sus propios empleados pero mejor y más barato.
- Tener mas cobertura en el servicio que tenían los posibles clientes.
- Contar con la infraestructura y personal necesario para garantizar el servicio.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- Sobrecargarme de personal
- Bajar los precios en época de crisis.
- Hacer inversiones importantes sin pensar demasiado en que pueden venir tiempos peores.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Cómo esfuerzo, dedicar muchas horas de trabajo y nunca mirar el reloj. Y como recompensa, haber creado una empresa que cubre las zonas turísticas de 6 provincias de Andalucía además de Murcia y que sea conocida en más de 1.500 establecimientos turísticos de las zonas que cubrimos.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Piensa que lo que estás haciendo, siempre se puede hacer mejor y si no lo haces tú, alguien lo hará y te quitará mercado.
- No pienses que eres el mejor o el más inteligente porque hayas tenido una buena idea, la vida está llena de buenas ideas.
- Hoy en día es muy importante estar al día con las nuevas tecnologías, redes sociales y demás medios.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Muy importante, especialmente a la hora de salir a otras provincias pues la referencia de Malaga Costa del Sol es sinónimo de calidad y profesionalidad.

ROADMAP



*“SÓLO LOS QUE CREEN EN
LOS PEQUEÑOS CAMBIOS,
FORMARÁN PARTE DE LAS
FILAS DE LOS QUE GENEREN
CAMBIOS TRASCENDENTALES”*

JOSÉ JOYA ROLDÁN

Es una frase de Gandhi que nos ha acompañado durante toda la vida de la empresa, y que está muy relacionada con el espíritu de nuestra actividad y con la RSE.

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Desde su creación, ROADMAP ha asumido su carácter de emprendedor social: personas que desarrollan soluciones innovadoras con un alto impacto social. Ideas que, al ser implantadas resulten sencillas y atractivas, y que sean capaces de cambiar la forma en la que una sociedad percibe y define un tema en particular, en nuestro caso la idea de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Desde el inicio nuestra idea era dedicarnos al desarrollo de soluciones en el ámbito de la RSE, creando herramientas propias y especializadas para “el diálogo avanzado con los grupos de interés”, “la calificación de riesgos de sostenibilidad”, o la “elaboración de códigos éticos”, y aunque conseguimos un rápido crecimiento y reconocimiento, debimos incluir en nuestra cartera productos como el Modelo EFQM, o la planificación estratégica, que se han convertido en productos clave, más aún porque integramos la RSE en ambos, como la creación de la “quinta perspectiva de la RSE” en los Mapas Estratégicos, o la integración del Modelo EFQM con el estándar GRI (Global Reporting Initiative).

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Elaborar un plan de negocio puede ser útil para aclarar tus ideas y sistematizar los elementos clave de la idea de negocio. Sin embargo, creo que la elaboración de un CANVAS puede ser mucho más útil para clarificar “tu modelo de negocio”, o sea, como vas a crear valor con lo que quieres hacer. Es una herramienta muy sistemática y visual, que te ayudará mucho al inicio de la idea o proyecto.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Si, hemos contado con financiación para un proyecto de I+D+i con el cual desarrollamos las herramientas innovadoras en RSE al inicio y que nos fue muy útil para empezar. El resto tratamos de crecer con medios propios.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Las redes sociales han sido un elemento fundamental para ROADMAP, que han democratizado la comunicación empresarial, sobre todo para las pymes. Nuestra principal red social han sido Facebook, y Twitter, y también nuestra página web. Nos dieron mucha visibilidad, y contacto con nuestros clientes, colaboradores y organizaciones que trabajan en el ámbito de la RSE.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

En el caso de una micropyme, quizás sea la de descuidar las áreas comercial y de comunicación al principio, para enfocarnos en la prestación de los servicios. En segundo lugar, y en nuestro caso concreto, la falta de madurez del mercado en relación a su conocimiento sobre la RSE, lo que nos obligo a actuar como "predicadores", y en menor medida la falta de recursos económicos.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

No es fácil hablar de errores, máxime cuando prácticamente toda la vida de la empresa ha transcurrido en la dura crisis que hemos vivido. Desde mi punto de vista, ha sido un éxito sobrevivir a ella, aunque hemos sufrido desde el punto de vista económico, por lo que quizás una más eficiente gestión financiera nos hubiera dado más margen de actuación.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Si los tengo que reducir a solo tres, diría:

- La necesidad de una dedicación total a la idea, lo que dificulta una buena conciliación.
- La satisfacción de ver crecer la empresa, y la confianza de los clientes.
- Crear valor permanentemente con tus productos y servicios.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

Pues le animaría a:

- Poner tu empeño en tu idea
- Si la tienes que cambiar o adaptar, no dudes en hacerlo
- Si no funciona... aprende, y empieza de nuevo. Empezar es una actitud, no una idea.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

No nos ha supuesto un problema relevante nuestra ubicación en Málaga. De hecho, presumíamos de estar en Málaga.

SALITRE INGENIERIA



*"INGENIERÍA SENCILLA
Y CERCANA"*

MIGUEL ÁNGEL MANCERA LÓPEZ

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Servicios de ingeniería técnica industrial en redacción de proyectos y direcciones de obra.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

La idea inicial fue hacer un equipo fijo de dos o tres personas y una red de colaboradores habituales. En la actualidad, no sido posible crear un equipo fijo.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

En mi humilde y nada técnica opinión, un plan de negocio es una planificación (como su propio nombre indica, "plan") de hacia donde quieres llevar en el futuro a tu modelo de negocio (con cifras económicas, servicios/productos ofertados, marketing...), que, sin pretender ser negativo, nunca se cumplen porque con el paso del tiempo y enfrentándose a la realidad, "aparecerán" desviaciones (positivas o negativas). Sin embargo, es recomendable su redacción inicial y revisiones posteriores, para saber dónde estás y hacia donde quieres ir.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios, casi en su totalidad, y pequeñas ayudas del Ayuntamiento de Málaga (PEFA y PROMÁLAGA) y Ministerio de Empleo (capitalización desempleo)

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Linkedin y Facebook (aunque poco activas).

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

Limitada cartera de clientes inicial, marketing inexistente y limitada mano de obra productiva.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Comenzar en solitario, reduciría los servicios ofertados y mejoraría la presentación a los clientes del alcance concreto de los servicios ofertados.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Esfuerzos: económico, porque los ingresos al principio son reducidos, aproximadamente la mitad que un trabajador por cuenta ajena, y porque el pago de los clientes es habitual que se dilate más allá de los 90 días, en el mejor de los casos, tras la finalización del servicio.

Recompensas: Flexibilidad horaria y conciliación vida familiar

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores;

- No marcarte grandes objetivos al principio.
- Si es posible, y encuentras a un compañero de viaje de confianza, no emprendas en solitario.
- Gestiona tu tiempo laboral, para que el trabajo no te impida conciliar tu vida familiar.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Desgraciadamente, el sector industrial de Málaga no tiene un peso muy elevado en la economía malagueña. Una de las esperanzas para “dar un paso adelante” a mis servicios, es el impulso definitivo de las energía renovables.

SANAMAR ALIMENTACIÓN S.L.



*“HAZ EL BIEN Y NO
MIRES A QUIÉN”*

FRANCISCO GUTIÉRREZ CASADO

Breve descripción del proyecto emprendedor.

A final de la década de los 70, nos aventuramos en el primitivo sector del congelado. Acompañado de un socio, nos iniciamos en la compra/venta de pescado y marisco congelado para abastecer a pequeños comercios locales en Málaga.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?:

La idea era ser pioneros en Málaga en la comercialización de productos congelados. Cuando el proyecto cuajó nos ubicamos en un saladero del Puerto de Málaga donde atendíamos a los clientes y desde donde partíamos para repartir por diferentes zonas de la ciudad.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Es vital trazar un completo plan de negocio que consiga, entre otras cosas, prever dificultades en el desarrollo del proyecto, establecer posibles alternativas ante imprevistos o marcar los límites económicos, o de cualquier otro tipo, a los que se está dispuesto a llegar antes de abandonar.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Medios propios con un crecimiento lento pero bien asentado.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

En el origen de la empresa no existían.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Temor a lo desconocido, desconfianza hacia el producto por parte de la clientela, falta de formación directiva de los dos socios.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Para un emprendedor los errores, además de ser inevitables, son la forma de aprendizaje más efectiva para mejorar. Quizás depositar demasiada confianza en determinadas personas y la escasez de personal cualificado.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

- Trabajo duro y honrado.
- Conseguir mezclar empresa y familia en buena sintonía.
- Dar empleo a tantas personas.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Si no crees en ti mismo y en tu idea, nadie lo hará...
- Saber delegar es imprescindible para mantener una empresa viva.
- Es imposible acertar siempre. Asume los errores y tómalos como una lección para no repetirlos.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Para nuestro caso, es absolutamente vital ya que tenemos diferentes puntos de venta en zonas comerciales clave.

VIVIR Y MORIR EN MÁLAGA



*“UN BATIBURRILLO
DE FRACASOS A CUÁL
MÁS ACERTADO”*

LLUÍS MONRÀS JANER

Breve descripción del proyecto emprendedor

Uso la narrativa transmedia mediante un blog y redes sociales para formar y reflexionar sobre emprendimiento, inbound marketing, narrativa y gobernanza al tiempo que comercializo una colección de e-books. Juego con mi marca digital fabulando desde mis actividades el diario de un emprendedor social.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Mi idea inicial era, como escritor, publicar mis propios relatos. Formando en emprendimiento, descubriendo el mundo del emprendimiento social y mi analfabetismo digital, lo metí todo en una coctelera y salió “Vivir y Morir en Málaga”, aplicando la máxima de que la mejor manera de aprender algo es hacerlo y explicarlo, la de combatir tus debilidades es convertirlas en oportunidades y que cuando tienes muchas inquietudes úsalas para enriquecer tu plan A porque no hay plan B, sólo temor al cambio o al fallo. El plan B es algo así como no quemar las naves por si acaso.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

El plan de negocio es fundamental para tener en cuenta todas las necesidades del proyecto y, por tanto, maximizar el porcentaje de viabilidad del mismo, incluso el de sostenibilidad. El plan de negocio nos sirve para forzarnos a comunicar nuestra hipótesis en un discurso de lógica emprendedora, nos obliga a buscar palabras concisas y, por tanto, a precisar las ideas.

Para elaborar un buen plan de negocio, no es tan importante saber sus apartados como tener una actitud apropiada: ser curioso ; tener la mente abierta; ser enérgico; asumir riesgos (riesgos calculados, sé valiente, no temerario); y disfrutar con lo que haces.

Otra dimensión necesaria para elaborar un buen plan de negocio es saber trabajar en equipo. No pretendas hacerlo todo tú solo.

Diría a un emprendedor que empiece a ver su empresa como una combinación de cuatro elementos que deben estar en perfecta sincronía: la satisfacción y fidelidad de los clientes, una estructura económica-financiera óptima que de

viabilidad y sostenibilidad, la organización del equipo humano y aprovechamiento de su capital y la continua revisión de eficacia y eficiencia en los procesos.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Un gurú del emprendimiento dijo una vez: -si no tienes dinero no pretendas hacer algo que precise dinero -. Yo no tengo dinero. Como os he comentado antes un negocio es la combinación de cuatro elementos. El dinero sólo es uno. Si tienes clientes, un buen proceso y capital humano, puedes empezar sin dinero e ir escalando a medida que el negocio da dinero. Ahora bien. Cuando tengas dinero, no lo gastes. Invierte para mejorar.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Para "Vivir y Morir en Málaga" uso un blog , una tienda virtual y presencia en las siguientes redes sociales: Youtube, Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest e Instagram. En cuanto a programas y aplicaciones para gestión y análisis... Más de veinte.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial:

Sólo una: procrastinación. Durante muchos años.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

Seguro que volvería a cometerlos. Lo que sí puedo decir es que algo he aprendido y por tanto la probabilidad de error es algo más baja. He aprendido a valorar el trabajo en equipo. He aprendido que si crees que un negocio lo puedes hacer porque tienes el dinero que los presupuestos te indican que necesitas... no lo hagas. Sólo se hace aquello que se quiere hacer!

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Para "Vivir y Morir en Málaga" los principales esfuerzos han sido: salir de la procrastinación, entender la tonta inteligencia artificial de internet y sus maravillosas posibilidades, llegar al cliente.

Principales recompensas: disfrutar, trabajar narrativa transmedia e inbound marketing, reforzar mi singladura en emprendimiento social.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que daría a los nuevos emprendedores.

- Primer consejo: emprender no es una técnica, es un arte. Para comprender ese arte ten en tu mesita de noche "El arte de la guerra de Sunzi", "El Príncipe" de Maquiavelo, el Evangelio de San Lucas, "Paz e interculturalidad" de Panikkar y todo lo que puedas sobre la filosofía y métodos de Sócrates, Platón y Aristóteles.
- Segundo consejo: Escucha a todos con humildad, sé tú con firmeza y encuentra siempre el bien común.
- Tercer consejo: Filosofía Ubuntu; yo soy porque nosotros somos.
- Un cuarto, por favor, un cuarto: Fluir para influir y confluir.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

Bueno, se llama "Vivir y Morir en Málaga". O sea que...

WEBFERA, SOLUCIONES WEB



“DISFRUTO TANTO CON LOS PROYECTOS DIGITALES QUE LOS HAGO FORMAR PARTE DE MI VIDA Y / O EMPRESA”

RAFAEL PORRAS GRANADOS

Breve descripción del proyecto emprendedor.

Consultoría Tecnológica. Acercamos el mundo digital e internet a empresas y emprendedores. Ejecutando proyectos y participando en algunos de ellos.

¿Cuál era tu idea inicial y cuál fue el proyecto final?

Dar soporte a empresas. Asesorar, ejecutar y participar en los proyecto que se realizan.

¿Qué importancia asignas al plan de negocio y qué aspectos recomendarías para su elaboración?

Mucha importancia, sobre todo lo que puede cambiar la idea y/o los números. Es un guión a seguir, que por lo menos te sirve de referencia.

En el aspecto económico usar al menos tres escenarios, por ejemplo, esperado, optimista y pesimista.

¿Qué medios de financiación has tenido: préstamos, subvenciones, medios propios, etc.?

Propios. No hemos recibido nada.

¿Qué redes sociales y herramientas web has utilizado?

Facebook, Twitter y LinkedIn. Hemos utilizado Hootsuite, SocialBro, y probado varias.

Enumera tres dificultades que obstaculizaron la puesta en marcha del proyecto inicial.

- Tiempo.
- Economía.
- Clientes.

¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?

- No empezar sin un producto mínimo viable.
- Seleccionar adecuadamente el equipo, y no empezar con lo que tengamos.
- Asignar roles, tareas y tiempos de ejecución.

¿Cuáles crees que han sido los principales esfuerzos y recompensas de la experiencia emprendedora?

Como esfuerzo:

- Saber vivir sin tener un sueldo fijo a fin de mes.
- Educar a los clientes.

Como recompensa:

- Flexibilidad horaria.

Enumera tres consejos y/o recomendaciones que te hubiese gustado recibir y que darías a los nuevos emprendedores.

- Que la gestión de temas como impuestos y contabilidad lo deleguen en personal especialista, aunque sea un gasto. Te puede evitar muchos quebraderos de cabeza.
- Cuenta tu idea a tantos como puedas y escucha sus versiones. Te pueden aportar detalles que se te han podido escapar o no habías pensado.
- No caigas en el intento y aprende a escuchar. A veces pivotar un poco la idea, te hace que llegues a la meta.

¿Cómo crees que influye tu ubicación en Málaga a la hora de desarrollar tu empresa?

De momento los clientes provinciales forman parte de la mayoría de nuestra cartera. Si viviésemos más fuera de la provincia, habría que plantearse una solución estratégica.

8

RECOMENDACIONES

A continuación, recopilamos las recetas y consejos de nuestros relatos. Reflexionado sobre cada uno de ellos seguramente podamos obtener un compendio de filosofía empresarial que, en sí, podría denominarse “la brújula empresarial malagueña”.

TRABAJO EN EQUIPO

Si somos **emprendedores** y tenemos un proyecto ambicioso y de cierto tamaño, seguramente ya te habrás dado cuenta de la cantidad de trabajo, conocimiento y responsabilidad que se necesita para lanzar con éxito tu genial idea.

Por lo general tienes que rodearte de **profesionales** que sepan más que tú en el área que trabajen y de buenos colaboradores que te permitan aportar sus ideas y su buen hacer al proyecto de emprendimiento. A esto es a lo que se llama formar **equipo**.

- Aprende a delegar tareas que no aportan valor.
- Sé precavido, confía en el conocimiento de los compañeros y ten todo preparado ante una posible quiebra.
- Rodéate de colaboradores y socios que te aporten positivamente.
- El mejor recurso somos nosotros mismos y nuestro equipo humano.
- Tienes que saber delegar es imprescindible para mantener una empresa viva.
- Tienes que ser honesto contigo y con las personas que tengas en tu empresa. Al principio será una de las pocas cosas que podrás ofrecer.
- Emprende acompañado: acércate a las asociaciones de empresarios como CEM para conocer empresarios como tú y aprender de ellos.
- Rodearse de buenos profesionales y asesores.
- Crea “Equipo” pensando más en las “Personas” que en las capacidades.
- Rodéate de los mejores, para ser el mejor.
- Si es posible, y encuentras a un compañero de viaje de confianza, no emprendas en solitario.
- Confía en tu intuición y busca personas que sepan más que tú (talento).
- Aunque lo tenía claro desde el principio, contar con un equipo promotor (no ir solo) lo considero de gran importancia. Emprender es difícil y lo es aún más en solitario.

- En cuanto tengas las ideas claras, actúa; confía en el personal de tu empresa y siempre hay que ir un paso por delante de los demás.
- Para ser un buen empresario hay que saber estar detrás para luego tirar delante (ser un ejemplo para tus trabajadores).
- Fórmate en gestión del tiempo y en gestión de equipos de trabajo.
- Busca asesoramiento externo ya que hay buenos profesionales siempre dispuestos a ayudar.
- Rodéate siempre de los mejores para que tu proyecto tenga éxito.
- Apuesta por la formación continua desde el inicio.

PENSAMIENTO POSITIVO

Como emprendedor, debes ser una persona consciente de tu propio valor y de tus **calidades**. En general, detrás de alguien que lucha por alcanzar el éxito, existe una persona con una alta autoestima y una imagen positiva de sí misma. Por otra parte, muchas personas se cuestionan si de verdad merece la pena todo el esfuerzo que implica tener un proyecto propio. Pues bien, a un emprendedor convencido, dicho esfuerzo le resulta muy **gratificante**, sencillamente, porque está haciendo aquello que de verdad desea.

- Si tienes que abandonar, no pasa nada.
- Aprende de tus propios errores, no corras y planifica.
- Cumple tus objetivos y sueños (habla menos y haz más).
- Disfruta de lo que haces, tienes que pasártelo bien.
- Que nadie cambie la manera en la que quieres llevar tu negocio, es tu sueño, que siga siéndolo.
- Especialízate en un sector para obtener mayor destreza y mejores resultados.
- Actitud positiva en todo momento.
- Buen proyecto financiero, analizar el mercado y la ilusión en creer en el proyecto.
- El precio del éxito es trabajar duro y la determinación que te da saber que diste lo mejor de ti mismo.
- Presta un servicio de calidad, trata al cliente como te gustaría que te trataran a tí y ten pasión por el éxito.

- Si quieres, puedes.
- Entusiasmo.
- Disfruta trabajando.
- **Importantísimo:** la sociabilidad, la empatía, la mano izquierda de toda la vida que te permitirá avanzar mucho más. Los grandes empresarios/as estrechan la mano con honestidad y dibujan una gran sonrisa que todo lo hace posible.
- Ante la incertidumbre de cualquier proyecto es muy posible escuchar opiniones negativas que pueden contribuir al desánimo o a perder la confianza en lo que estás haciendo. Es importante quedarse con las opiniones positivas de la gente que te rodea y obviar, en muchos casos, las negativas.
- La vida de empresario es agri dulce, pero siempre compensa más lo positivo que consigues, que lo duro que se hace conseguirlo.
- Fluir para influir y confluir.
- Hay que luchar siempre por tus proyectos porque problemas habrá siempre. Un jardín de rosas lleno de éxito y prestigio no existe.
- Tener constancia en la idea.

ESPIRITU CAMALEÓNICO

Si la flexibilidad es siempre una de las principales bazas de cualquier emprendedor, en los tiempos que corren se convierte en imprescindible, porque es necesario saber adaptarse a todas las circunstancias. No sólo se ha de flexibilizar en las estructuras internas, sino que también se debe saber adaptar la oferta a lo que demanda el mercado. Cambia, todo cambia...

- Si tienes que cambiar o adaptar tu idea, no dudes en hacerlo.
- Si no funciona... aprende, y empieza de nuevo. Emprender es una actitud, no una idea.
- No te enamores de tu idea o proyecto, sé flexible y adaptación a lo que el mercado necesita.
- Aprende a levantarte, porque caeras y te equivocarás, pero eso forma parte del proceso formativo de las personas.

- No lo olvides: El mundo cambia y debes estar en continuo aprendizaje.
- Es imposible acertar siempre. Asume los errores y tómalos como una lección para no repetirlos.
- No tengas miedo a retroceder y volver a replantearlo todo.
- Aprende de tus errores, corregidos.
- Resuelve problemas, no hables de características de tu producto, sino de soluciones.
- Debes estar abierto a evolucionar según sean los acontecimientos, sé original y lánzate.
- No caigas en el intento y aprende a escuchar. A veces pivotar un poco la idea, te hace que llegues a la meta.

BASES SÓLIDAS

Muchas veces el no dedicarle tiempo a definir bien los cimientos de tu futura empresa, es lo que después hace que cueste más atraer clientes o que parezca que las cosas no fluyen o cuestan demasiado. Incluso muchas veces es lo que genera esa sensación de estar un poco desorientado o estancado, sin saber muy bien para qué lado avanzar o qué está faltando.

Emprender tiene sus altibajos y a veces se siente como una montaña rusa emocional. Muchas veces te va a requerir salirte de tu zona de confort o dar ese esfuerzo extra para conseguir los objetivos que te plantees.

- Planea bien (no hagas las cosas sin un plan).
- Haz tu parte del trabajo (no esperes que el trabajo se haga solo).
- Arriésgate más.
- No te quedes con dudas, sal a buscar toda la información que creas necesaria para tomar la decisión de emprender y pon en la balanza las ventajas y desventajas que esto te supone. Es una decisión muy importante que no se debe tomar a la ligera sin antes conocer o analizar cómo puede afectarte.

- Una empresa no es sólo una idea de negocio o un proyecto, sino que es necesario contar con una serie de conocimientos y/o capacidades, como trato con clientes, relaciones comerciales, capacidad de negociación, gestión económico-financiera, que muchas veces se olvidan, y son imprescindibles.
- Piensa y Planifica antes de ejecutar.
- Ten un plan B,C, D,...
- Escribe un plan de acción para cada año, en un calendario y ¡cúmplole! Eso evitará que hagas mucho y luego sientas que no has hecho nada y que los resultados puedan ser medibles y analizables.
- Antes de entrar en un sector de actividad prueba a trabajar en el sector por cuenta ajena.
- Fórmate hasta la extenuación.
- Prudencia. No todo es tan fácil y todo requiere pensar acertada, pero activamente las cosas en una etapa de la vida en la que la impulsividad, en ocasiones temeraria, es lo más normal y esa impulsividad te puede meter en más de un buen problema.
- Formación. Y tiene que ser buena no, de excelencia, como se dice. Has de saber y demostrar que haces bien las cosas. Por eso te van a contratar.
- Siempre hay que tener presente que lo que está funcionando en un momento determinado puede dejar de hacerlo, y hay que tener siempre un plan B.
- Emprender no es una técnica, es un arte. Para comprender ese arte ten en tu mesita de noche "El arte de la guerra de Sunzi", "El Príncipe" de Maquiavelo, el "Evangelio de San Lucas", "Paz e interculturalidad" de Panikkar y todo lo que puedas sobre la filosofía y métodos de Sócrates, Platón y Aristóteles.
- No te lances al vacío, cree siempre en ti, persevera, no quieras conseguir todo rápido, ten paciencia, fórmate constantemente, experimenta sin arriesgar mucho, conserva intactos tus valores y principios.
- Marca tu objetivo y enfréntate al mercado teniendo claro qué eres, qué puedes aportar y qué haces aquí, incorporando en tu equipo a profesionales sobre todo con hambre por aprender y ganas de crecer junto con la empresa y trabajar siempre con una máxima, no te preguntes qué puede hacer tu cliente por ti, sino qué puedes hacer tú por tu cliente.

REALISMO PURO

Es importante ser realista. Esto significa ser firme en tus objetivos y flexible en las estrategias.

Son numerosas etapas y superar muchos obstáculos. Por eso es importante que desde el principio sepamos ser realistas y autocríticos, aunque sean nuestras ideas más brillantes. El realismo hará que inicies tu camino con seriedad y puedas sentir que pisas suelo firme.

- Párate y piensa antes de ejecutar, pero no te quedes parado esperando los mejores vientos, lánzate a navegar.
- Como informática te diré: repetir "prueba y error" hasta "encontrar solución".
- Los primeros años la diversificación está sobrevalorada, no lo hagas. Céntrate, especialízate y no pierdas el foco.
- Es más fácil emprender en sectores que conozcas, aunque esto no te dará el éxito.
- Dedicar tiempo a conocer tu sector, a analizar las tendencias del mercado y a aportar diferencias.
- Ten tú todo el día puestas las luces largas y acompáñate de una persona que se preocupe de las luces cortas.
- No lo pienses mucho, haz un prototipo.
- Trabajo, trabajo y trabajo.
- ¿Todos somos emprendedores? Dentro del emprendimiento hay piezas que encajan. No todos somos creativos ni tenemos maravillosas ideas.
- No importa a qué velocidad vayas, mientras no te detengas.
- Es posible que puedas estar decepcionado si fracasas, pero estás acabado si no lo intentas.
- Piensa que lo que estás haciendo, siempre se puede hacer mejor y si no lo haces tú, alguien lo hará y te quitará mercado.
- No pienses que eres el mejor o el más inteligente porque hayas tenido una buena idea, la vida está llena de buenas ideas.
- Hoy en día es muy importante estar al día con las nuevas tecnologías, redes sociales y demás medios.
- La frase "todo lo que te imagines y creas posible lo puedes conseguir"

es muy bonita, pero debería ir complementada con una “señal de advertencia”: A veces los resultados no se ven en el tiempo y momento que planificas. Ten paciencia. Mucha paciencia y verifica si tienes los recursos físicos, mentales y económicos para soportar el peor de los casos. ¿Cuánto es lo máximo que puedes soportar en el peor escenario? Planificar y estar listo para lo que venga es fundamental para la salud mental y evitar improvisaciones que desgastan.

- ➔ El NO ya lo tienes, ¿qué tienes que perder?
- ➔ No te marques grandes objetivos al principio.
- ➔ No cuentes las horas de trabajo.
- ➔ Hay que saber esperar y tener siempre una perspectiva mas amplia y a largo plazo ya que muchas veces la recompensa no llega lo pronto que nos gustaría.
- ➔ No te obsesiones con la idea, es necesario tomar distancia de vez en cuando para poder avanzar.
- ➔ Gestiona tu tiempo laboral, para que el trabajo no te impida conciliar tu vida familiar.
- ➔ Escucha a todos con humildad, sé tú con firmeza y encuentra siempre el bien común.
- ➔ No tengas miedo a dar el primer paso, ni el segundo, ni el tercero...
- ➔ Aporta algo distinto al cliente. Crea un buen equipo y que se endeude lo justo.

EL DINERO

Los emprendedores tienen que pensar desde el primer momento cuál es su fuente de ingresos, de qué dinero disponen y cuánto necesitan mensualmente. **La principal dificultad es que cuadren las cuentas y arrancar**, tener esa cartera sólida de clientes y eso cuesta mucho, aunque cuentas con contactos y experiencia. **Hay que planificar y trabajar** para encontrar fuentes de ingresos que nos permitan conseguir ingresos para esos primeros meses/años y que nos ayuden a cubrir los gastos fijos.

- ➔ Para la gestión en todos sus ámbitos: flujos de trabajo, procesos, administración financiera es muy importante tener apoyo experto.
- ➔ ¿Hay gente que realmente pague por tu idea?

- Planifica el coste de los imprevistos.
- No te obsesiones demasiado en una idea/producto. Mira los números. Si no salen, no vale.
- Presta atención desde el principio a las cuentas, gastos, etc.
- Si vendes por precio solo ganarás dinero. Vende innovación y verás tus sueños en el mercado.
- No debe darnos tanto miedo contar con financiación externa. Para los bancos es más habitual de lo que al principio nos imaginamos.
- Impuestos y contabilidad mejor delegarlo en personal especialista, aunque sea un gasto. Te puede evitar muchos quebraderos de cabeza.

TÚ Y TUS MIEDOS

Casi todos los emprendedores experimentan miedo. El miedo a equivocarse, miedo al rechazo y el miedo al fracaso. Lo que separa a los que tienen éxito de aquellos que dejan que el miedo los paralice, es la voluntad de sentir el miedo y actuar a pesar de él. La mejor manera de superar el miedo es enfrentarlo de frente, nunca es tan malo como piensas.

La mayoría de las personas tienden a evitar situaciones incómodas. Si quieres tener éxito, aprende a estar cómodo, incluso cuando estás fuera de tu zona de confort. Puede aterrarte, pero no te va a matar. De verdad, no lo hará.

- Pon tu empeño en tu idea.
- Trabaja para ser el mejor en algo y piensa desde el primer día que el mercado es global.
- Ante todo, paciencia.
- Escucha los consejos de otros emprendedores, sólo escúchalos, no quiere decir que a ti te pase lo mismo.
- Si no crees en ti mismo y en tu idea, nadie lo hará...
- El éxito va a depender de ti, de tu actitud emprendedora, de tus competencias, de tu modelo de negocio, de tu plan de marketing, de tu inteligencia financiera, etc.
- Léete el libro de "Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva".
- Afronta las dificultades sin miedo.

- Aprende a decir que no.
- Ten paciencia, piensa las cosas tres veces y no tengas miedo.
- No vayas contando tus ideas con la intención de que valoren tu creatividad y tu gran capacidad de generar nuevos proyectos.
- No pierdas tiempo en proyectos o sinergias en los que todos no estáis al 100%.

VÉNDETE BIEN

Elaborar una síntesis vendedora de tu propuesta de valor para clientes, inversores, instituciones u otros destinatarios muchas veces se nos hace cuesta arriba. Son muchas las situaciones en la que tenemos que presentar un proyecto y una propuesta en un tiempo breve para vender proyectos.

- Todo el tiempo que se le dedique a marketing online, posicionamiento, contenido web, siempre es poco.
- No busques clientes, haz relaciones de confianza y duraderas en el tiempo.
- Invierte en tus relaciones empresariales para crecer.
- La empresa se mantiene no de lo que hace, si no de lo que vende. Si no tienes actitudes comerciales busca ayuda. Puedes tener un producto muy bueno, pero si no eres capaz de venderlo, no te sirve de nada.
- Filosofía Ubuntu; yo soy porque nosotros somos.
- Paciencia, constancia y dedicación. Planifica bien cada paso y estudia el mercado conociendo bien a tus clientes. Piensa en estrategias a medio-largo plazo y trabaja al máximo a corto plazo.
- Posiciona tus ideas antes de mostrarlas.
- Cuenta tu idea a cuantos como puedas y escucha sus versiones. Te pueden aportar detalles que se te han podido escapar o no habías pensado.

9

ERRORES

A continuación, se señala el resumen de nuestros emprendedor@s y empresari@s respecto a la pregunta “¿Cuáles son los tres errores que no volverías a cometer?”

EL CAOS

- El emprendedor debe comprender que los planes de negocios mejor planificados no pueden describir con exactitud cómo será el futuro; solamente hacer proyecciones. El emprendedor debe estar preparado para afrontar esta ley del caos y adaptarse al cambio rápidamente. Debe aprender a luchar por traer orden a su gestión empresarial en medio del caos inicial o de lo contrario podría fracasar estrepitosamente.
- No delegar, no planificar, no disfrutar del proyecto.
- Dar por hecho ó presuponer que el sentido común es el más común de los sentidos. Esto no es así, tienes que reconfirmar continuamente, te evita muchos dolores de cabeza futuros. Precio y valor no siempre van unidos. Si parece que es, lo es.
- No asignar presupuesto al plan de marketing.
- La internacionalización era importante para nosotros, pero comenzamos a viajar de forma un tanto alocada sin un plan y sin hacer un estudio suficiente de cada mercado al que nos dirigimos.
- No disponer de más tiempo para planificar.
- Cambiar objetivos fuera del plan de empresa.
- No planificar con fechas y calendario. Esto hace que el arranque del proyecto se eternice.
- Iniciar un proyecto de empresa sin tener en cuenta la localización geográfica de los posibles compradores (su cultura, costumbres, capacidad económica, saber si están preparados para mi producto/ servicio o no).
- En algunas ocasiones hemos llegado a acuerdos con comerciantes que no han sido fructíferos. Esto nos ha permitido tener las ideas más claras en futuras negociaciones, incluyendo condiciones que previamente no habíamos considerado.
- No planificar, esencialmente es un error cada vez menos asumible.

DISPARAR A TODO LO QUE SE MUEVE

Cuando se está iniciando una empresa, es muy común que el emprendedor vaya encontrando nuevas oportunidades. Esto es muy bueno y quiere decir que la futura empresa puede tener diferentes unidades de negocios. Pero no es recomendable que el emprendedor inicie muchas cosas al mismo tiempo tratando de cubrir todo, ya que esto lo puede desenfocar y hacer que no concrete ni consolide nada.

- Nos costó darnos cuenta de lo importante que es mantener el foco en aquello en los que quieres ser realmente bueno.
- El último y más centrado en el negocio, el poner más foco. Es decir, especialización desde el minuto “uno” en lo que haces.
- Ser más selectivo con los clientes. Es decir, decidir quiénes son los clientes con los que tenemos que trabajar y no coger cualquier empresa.
- Ofrecer directamente un servicio complementario que no forma parte del core de mi empresa. No cobrar mi tiempo en algunas ocasiones y no analizar lo suficiente la diversificación de mi negocio.
- No focalizar: “El que mucho abarca, poco aprieta”. Tener muchos productos/servicios e intentar venderlos todos a la vez. Querer iniciar con proyectos grandes que son más difíciles de conseguir y no planificar desde el principio la venta de productos/servicios más fáciles que ayuden a mantener la liquidez o el cash flow. Esto denota una falta de planificación en el marketing y comercialización lo que a su vez produce un desgaste importante pues se trabaja demasiado y los resultados no se ven.
- Reduciría los servicios ofertados y mejoraría la presentación a los clientes en el alcance concreto de los servicios ofertados.
- El principal error que hemos cometido en cierto momento ha sido no diversificar nuestros puntos de venta. Esto nos generó una gran dependencia de alguno de ellos. De hecho, en el momento en que nos falló, por causas que escapaban a nuestro control, todo nuestro negocio se estuvo a punto de derrumbar.
- Desarrollar un producto en su totalidad antes de validarlo con los clientes.
- No considerar la vehemencia como parte del trabajo (pensar que si insistes en tu oferta el cliente puede cansarse, al final se llega a la conclusión de que vender es insistir -sin llegar a ser agobiante-).

LAS CUENTAS CLARAS Y...

La planificación económico -financiera es un apartado importante del plan de empresa. Estos planes proveen la guía de lo que la entidad debe ejecutar y dictan el presupuesto por el que se regirá durante un período determinado.

Existen diferentes fórmulas de financiación para emprendedores, siendo las ayudas y subvenciones una de las vías más comunes para lograr los recursos económicos que un proyecto necesita. No obstante, ¡hay que aplicar la lógica! Ningún negocio debe construirse únicamente sobre esta base, puesto que estaríamos apostando el futuro de nuestra empresa a una carta arriesgada, que en caso de fallarnos podría dar al traste con todo lo alcanzado.

- ➔ No es fácil hablar de errores, máxime cuando prácticamente toda la vida de la empresa ha transcurrido en la dura crisis que hemos vivido. Desde mi punto de vista, ha sido un éxito sobrevivir a ella, aunque hemos sufrido desde el punto de vista económico, por lo que quizás una más eficiente gestión financiera nos hubiera dado más margen de actuación.
- ➔ Realizar grandes inversiones antes de una crisis.
- ➔ Planificación y estudio de inversión.
- ➔ Exceso de confianza, falta de previsión financiera, y no controlar el crecimiento.
- ➔ Socios meramente capitalistas.
- ➔ Errores que se han cometido y que cada vez más intentamos evitar es trabajar con empresas o entidades, sin hacer una mínima investigación de la misma para no tener problemas el día de mañana. Más vale un trabajo que se pueda cobrar, que no veinte que te dejen enganchado.
- ➔ Confiar demasiado en las ayudas publicas.
- ➔ Evaluar muy exhaustivamente el proyecto económico y contar con los socios que aporten capital necesario hasta su puesta en marcha.
- ➔ Mayor inversión en todo lo relacionado con las nuevas tecnologías, hemos tenido en cuenta siempre este tema para intentar estar a la última pero siempre me da la sensación que nunca es suficiente.
- ➔ No acudir a financiación externa en el momento de la creación.
- ➔ No me daría tanto miedo contar con financiación externa, tipo líneas de crédito, desde el minuto uno, en lugar de intentar hacerlo todo con fondos propios.
- ➔ No coordinar el plan de marketing con la partida presupuestaria para su ejecución.

- Bajar los precios en época de crisis.
- Hacer inversiones importantes sin pensar demasiado en que pueden venir tiempos peores.
- Endeudarme, creer que la primera idea es la buena, no escuchar la opinión de los demás.

DIME CON QUIÉN ANDAS...

Todos al iniciar soñamos con tener oficinas modernas y bonitas, espacios amplios, lo último en tecnología, etc. etc. Pero luego nos damos cuenta de lo más importante cuando iniciamos nuestra empresa: invertir en equipos de trabajo, altamente competitivos, cualificados y formados como esencia del proyecto emprendedor. El resto de cosas son complementarias.

- Confiar excesivamente en la gente.
- Buscaría siempre a los mejores para asesorarme, mis decisiones no las orientaría a costes.
- Trabajar para un solo cliente.
- Lo gratuito no siempre es lo mejor en materia de asesoría. Más vale un servicio completo que medios servicios aunque sean gratuitos.
- El método de selección de los colaboradores. Aprendes que puedes colaborar con gente que este involucrada, comprometida pero no con la misma meta.
- Depositar demasiada confianza en determinadas personas. Falta de preparación en asesores externos. Escasez de personal cualificado.
- Uno de los errores que evitaría cometer es confiar en gente que lo único que hace es vender humo, aunque entiendo que muchas veces es difícil de detectar.
- No haber delegado antes, es lo más complicado de aprender.
- Contratar personal sin cualificar.
- Es necesario comenzar con el equipo adecuado, es decir conocer a las personas con las que te vas aliar en algo tan importante como es la fundación de una empresa. Esfuerzo, capacidad de sacrificio, vocación por el trabajo y compañerismo. Claves para tener y reconocer a un buen compañero de fatigas y socio en los comienzos.
- Intentar trabajar con colaboradores externos en lugar de incrementar la plantilla con cada proyecto.

- Algunas de las empresas de nuestro sector las veíamos como competencia cuando realmente se podrían haber establecido colaboraciones que podrían haber desembocado en proyectos conjuntos. Colaborar con empresas afines y complementarias.
- La base del proyecto es el fomento de las alianzas colaborativas, también en el desarrollo del propio proyecto, de ahí mi insistencia en atribuirle su necesario valor.
- Incorporar gente a la plantilla por ayudas o subvenciones a coste cero sin tener dimensionada la actividad y sus tareas.
- Delegar por completo actividades en grupos de trabajos no comunicados con la gerencia o dirección.
- Seleccionar adecuadamente el equipo, y no empezar con lo que tengamos.
- Comenzar en solitario.

FILOSOFANDO

Tomar la decisión de ser emprendedor no es una decisión fácil, pero realmente los emprendedores no tienen ni idea que será más difícil de lo que siquiera ellos piensan. Por este motivo la gran mayoría no lo logra, se desmotivan y no perseveran lo suficiente, y es que decirlo es más fácil que soportarlo. Para todo esto no se está preparado y si no se es fuerte en su convicción y si realmente no está convencido de su iniciativa y que es capaz de lograrlo, el emprendedor abandona el barco.

- Dar las cosas por sentado.
- Buscaría más formación personal para seguir aprendiendo.
- No saber y no atreverme a preguntar.
- Resolver más cosas por mi misma.
- La paciencia es un grado.
- Se aprende de los fracasos y creo que no son exportables, cada empresa es un mundo particular.
- Dedicar el 100% de mis esfuerzos a tan sólo una cosa.
- He pensado todo muy bien antes de hacerlo, y por ahora ha salido como se esperaba.

- Una de las cuestiones que un emprendedor tiene que tener claro, es que siempre se cometen errores y que no por ello se es mejor o peor emprendedor. Considero que de los errores se aprende mucho más que de los aciertos, ya que te ponen en situaciones muchas veces extremas y que validan tu creencia en lo que estás haciendo.
- Relajarte una vez has conseguido uno de tus objetivos. Una de las claves del éxito es seguir trabajando en la misma línea que lo vienes haciendo para la consecución de los mismos.
- Iniciar la empresa como persona física en lugar de como una persona jurídica.
- Un error, también ligado al proceso de internacionalización, fue pensar que los países emergentes generarían más oportunidades, cuando en realidad las reglas no son claras, tiene mucho más riesgo y no valoran necesariamente el buen hacer de la empresa.
- No parar a tiempo un desarrollo y buscar nuevos proveedores; dilatar la toma de decisiones en la gestión de personal y no centrar el foco del proyecto desde el inicio.
- No apostar por la innovación desde el inicio.
- Hay muchísimos errores que si echo un vistazo atrás digo, ¿Dios mío, cómo hice esto? Pero luego pienso, ¡y lo que aprendí!
- No me arrepiento de ningún error, porque si ocurrió fue por una razón y hoy, es una lección aprendida.
- No consideramos que hayamos cometido errores importantes si analizamos nuestra trayectoria con cierta perspectiva. De hecho, lo que en un principio hemos considerado un error siempre nos ha terminado sirviendo de algo.
- A veces hemos participado en eventos que no han sido rentables, sin embargo eso nos ha permitido descartar otros en el futuro.
- Ampliar la empresa basada en convenios firmados con la administración pública.
- Olvidar mi vida personal y centrarme sólo en el trabajo.
- Asignar roles, tareas y tiempos de ejecución.
- Si no hubiéramos cometido errores no estaríamos ahora mismo donde estamos, los errores no se deben evitar, son los que permiten que sigamos aprendiendo.

- Pensar mejor las cosas antes de tomar una determinada decisión, aunque sin ir al extremo, y prestar más atención a las personas que componen tu compañía, ya que el día a día te hace centrarte en otros temas que a priori son más importantes, cuándo lo realmente importante son las personas de las que te rodeas.

LA BOLA DE CRISTAL

La decisión de tomar las riendas de un negocio propio suele ser complicada, más aún cuando toca poner en la balanza la estabilidad laboral por la incertidumbre de recibir o no un trabajo como independiente. Lo difícil es conocer que nos espera en el camino. Si tuviésemos una bola de cristal podríamos orientar todos nuestros esfuerzos en aquello que sepamos que el futuro nos depara. No hay que apresurarse con salirse de un trabajo e irse a la ligera a buscar clientes por la calle. Para ser emprendedor tienes que ser metódico, elaborar todo un plan y estrategia de negocio que esté visualizado a corto y largo plazo, que pueda ponerse en práctica con la mayor brevedad posible y sobre todo que dé resultados.

- Creo que el mayor error fue pensar que los contenidos que teníamos eran los más interesantes para las acciones formativas de nuestros clientes, cuando realmente deberíamos haber escuchado sus necesidades. “La voz del cliente” es uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta.
- Cuando realizamos nuestro plan de empresa quizás el punto menos desarrollado fue el plan de marketing. No tuvimos un asesoramiento adecuado y especializado para su elaboración y fuimos a salto de mata conforme iban saliendo clientes.
- Haber estructurado una estrategia desde el principio, la empresa afortunadamente ha crecido en estos 20 años pero quizás necesitábamos saber desde el principio cómo queríamos crecer.
- Crear una sociedad al 50% entre los socios. Siempre hay que tener una mayoría para poder dirimir ante cualquier conflicto.
- No haber emprendido antes.
- Falta de definición inicial de las estrategias.
- Trabajaría en el sector antes de montar la empresa.
- Adecuar los recursos a las necesidades.
- Ser más flexible.

- Demasiado optimismo en la fecha de terminación del proyecto. Reticencia ante la nueva tecnología y su puesta en marcha y tomar las decisiones con mayor celeridad para estar en sintonía con las necesidades del mercado.
- Hubiera dimensionado la empresa con una visión más a nivel nacional, con oficinas en Madrid y Barcelona.
- El principal error fue la ubicación que inicialmente tuvimos como punto de venta, por eso mismo es muy importante ir adaptándose conforme se producen los resultados.
- No empezar sin un producto mínimo viable.
- No invertir en tecnología lo antes posible.
- Plan de marketing al principio ya que lo empezamos bastante tarde.
- No haber montado unos centros más grandes.

10

**LISTADO DE
EMPRENDEDORES**

MUCHAS GRACIAS

Desde la Confederación de Empresarios de Málaga y la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga queremos agradecer a los emprendedores que han participado en este libro el tiempo y esfuerzo dedicado. Esperamos que sus relatos sean fuente de inspiración para los que han decidido dar el paso.

NOMBRE	APELLIDOS	EMPRESA
ANTONIO VICENTE	GÓMEZ-GUILLAMÓN MANRIQUE PADILLA	AERTEC SOLUTIONS
JOSÉ	LÓPEZ ROJAS	AL ANDALUS TRAVEL AGENCY
FRANCISCO JAVIER	CARMONA RODRÍGUEZ	ALMACENES CARMONA S.A.
ANTONIO	HIDALGO OCAÑA	ALMENDRERA DEL SUR (ALMENSUR)
ANTONIO NATALIA	CAÑAS GÁLVEZ RAMÍREZ	ANDALOES S.L.
JUAN LUIS	CEBRIÁN GARRIDO	ANP SERVICIO DE PREVENCIÓN AJENO S.L.
PABLO	DÍAZ MORENO	ARELANCE, S.L.
DAVID	GESTOSO MORATE	ASTARTE-ESTUDIO DE ARQUEOLOGÍA
MANUEL	MARTÍNEZ MARTÍNEZ	BE-MAKE-CREATE SL
IGNACIO	DEL VALLE PRIETO	BYPASS COMUNICACIÓN
ROCÍO	CABEZUDO GARCÍA	CABEZUDO GESTION DOCUMENTAL S.L. Y CEREZO TOPOGRAFÍA
ALEJANDRO NORA	ARCOS ZURITA	CALAMITA
MANUEL HONORATO ANTONIO	MARTÍN MARTÍN MARTÍN SOLÍS	CALZADO LA BOMBA S.C.
NURIA	GARCÍA MARTÍN	CENTRO DE ADICIONES MONTEALMINARA
JUANMI	TABOADA GODOY	CENTROLOGIC COMPUTATIONAL LOGISTIC CENTER
JORGE ENCA	DEL VALLE URZÁIZ BAQUERO MARTÍNEZ	CERTUS ASESORES S.L.P.
FERNANDO	MONTELEONE GARCÍA	COMUNIKA2 SERVICIOS EMPRESARIALES 3.0
MIGUEL ÁNGEL	SERRALVO CANO	CONTALENTO RECURSOS HUMANOS

INMACULADA	GARCÍA CALLEJA	CORTIJO EL PUNTAL DE TEBA S.L.
JOSÉ ANTONIO	RODRÍGUEZ DELGADO	CRC CONSULTORES S.C.
ESTHER SANDRA	BENZAQUEN BARCHILÓN	D-BEAUTY GROUP
CARMEN	DEZA CAPARRÓS	EDUCAJUNIOR S.L.
FRANCISCO	MORALES NATERAS	F. MORALES MANTENIMIENTO MECÁNICO S.L.
RAQUEL	SERRANO LLEDÓ	FIIXIT ORTHOTIC LAB S.L.
ÓSCAR	PEREIRA CORTÉS	GARBIONDA S.L.
RICARDO KRISHINA	NANDWANI NANDWANI	GESTIONA CONSULTORES & ASESORES (ATICCO SOFTWARE)
ESTEBAN	BUENO MORILLAS	GRÁFICAS URANIA S.A.
JUAN MANUEL JAVIER JUAN	LLAMAS PEDRAZA HERRERA	GREEN GLOBE SYPA S.L.
RAFAEL	SAEZ MOCHÓN	GRUPO DISOFIC S.L.
JESÚS	GUTIÉRREZ RUIZ	GRUPO JESÚS GUTIÉRREZ
PEPA	PEÑARROYA ESPÍLDORA	GRUPO PEÑARROYA
JOSÉ CARLOS	RODRIGO MARÍAS	HABITAT COLABORATIVO S. COOP. AND DE INTERÉS SOCIAL
JOSÉ ANTONIO	PADILLA GONZÁLEZ	HIÁGORA. ESCUELA DE VENTAS
ALEJANDRO	CASTILLEJO ROMERO	HIPERNET
Mª PAZ	HURTADO CABRERA	HUTESA AGROALIMENTARIA S.A.
MIGUEL ÁNGEL	SÁNCHEZ MAZA	INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN S.L. (PODIPRINT)
GUSTAVO	BARBEYTO ÁLVAREZ	INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTESEL S.L.
JUAN	VAZQUEZ MATEOS	JEDDINS
BRIAN H.	JENSEN	JENSEN LOCALIZATION S.L.
JOSÉ ANTONIO	BARON JIMÉNEZ	KAOKA SERVICIOS DEPORTIVOS SL (MANTENTURF)
MARCOS	CLENSHAW PEREDA	LA BARBERÍA ROCK`N ROLL
MANUEL ANTONIO	NAVARRO MÁRMOL	MANUEL NAVARRO. ARQUITECTO
SERGIO	CUBEROS LARA	MASKOM SUPERMERCADOS
VANESA	VALERA SIMONS	MIYAVA
JOSÉ ANTONIO	TORTOSA RODRÍGUEZ	MOVION SOLUCIONES TECNOLÓGICAS S.L.

JOSÉ ÁNGEL	MORALES MEDRANO	MUSASHI ASESORES CONSULTORES
JAVIER IVÁN	NORIEGA HERNÁNDEZ	NEREA ARQUEOLOGÍA SUBACUÁTICA
JOSÉ MARÍA	CASERO MARTÍN DE LA HINOJOSA	ONSPAIN
YURESKY	ROJAS RINCÓN	PLUS ENGINEERINN S.L.
JOSÉ MARÍA	YAGÜE MARTÍNEZ	PROMARKETING S.L.
JOSÉ	JOYA ROLDÁN	ROADMAP
MIGUEL ÁNGEL	MANCERA LÓPEZ	SALITRE INGENIERIA
FRANCISCO	GUTIÉRREZ CASADO	SANAMAR ALIMENTACIÓN S.L.
LLUIS	MONTRAS JANER	VIVIR Y MORIR EN MÁLAGA
RAFAEL	PORRAS GRANADOS	WEBFERA SOLUCIONES WEB

BIBLIOGRAFÍA

- **El Libro Negro del Emprendedor.** Autor: Fernando Trías de Bes. Libro crudo y real pero muy motivador. Muestra los factores clave de fracaso de los emprendedores. Hace énfasis en los conceptos que como emprendedores creemos saber pero a veces confundimos como la diferencia entre el motivo y la motivación.
- **Manual Práctico ¿Cómo ser autónom@ y no morir en el intento?** publicado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga y la Confederación de Empresarios de Málaga. Elaborado por BMC. Utilísima guía para emprendedores y autónomos que sirve de referencia para poner en práctica el proyecto de empresa.
- **La Iniciativa Emprendedora.** Editorial: Harvard Business Review. Extraordinario compilado de casos de emprendedores estadounidenses.
- **El Espíritu Creativo.** Autor: Daniel Goleman. Brillante exposición del proceso creativo y las vivencias en este.
- **Piense y hágase rico –** Autor: Napoleón Hill. Con este agresivo título, Hill nos propone que cualquier cosa que la mente pueda concebir y creer, se puede lograr.
- **Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva –** Autor: Stephen R. Covey. S. Covey ha resumido en este libro 7 hábitos para ser más eficaces en todos los órdenes de nuestra vida, se trata de un Best Seller mas que recomendable!
- **5 claves para innovar. Recomendaciones para destacar en un mercado global.** Autor: Javier Gonzalez Sabater; finalidad: ofrecer respuestas sobre aspectos de innovación, y está concebido como un breve manual para acercarla a las empresas, desmitificar su complejidad y ofrecer un modelo de trabajo lo más simple y efectivo.
- **Recursos y herramientas para atención y asesoramiento a emprendedores.** Autor: Manuel Martínez Martínez. Una publicación que sirve de ayuda a los técnicos que ayudan en el emprendimiento.

- **La empresa actualizada.** Autor: José Alberto Martínez González; finalidad: La obra constituye una descripción de las organizaciones que se desarrollan, tanto a nivel interno como externo, previniendo las crisis y perdurando en el tiempo.
- **Curso de emprendimiento “ de la idea a la empresa”.** Autor: Manuel Martínez Martínez. Cómo poner en práctica tu idea y que pasos seguir para llevarla a buen puerto.
- **Informe de la Confederación de Empresarios de Málaga 16-17.** Memoria Anual 2016-2017.
- **La buena crisis: Autor:** Alex Rovira: una reflexión sobre la crisis y sus oportunidades.
- **Vivir sin Jefe: Autor: Sergio Fernandez;** aporta soluciones a los 50 errores que cometen con más frecuencia los emprendedores.
- **“Diagnóstico: soy emprendedor, ¿seré empresario?”**, proyecto elaborado conjuntamente por la Confederación de Empresarios de Málaga y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga.

Cámara
Málaga

40
ANIVERSARIO
cem
CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA