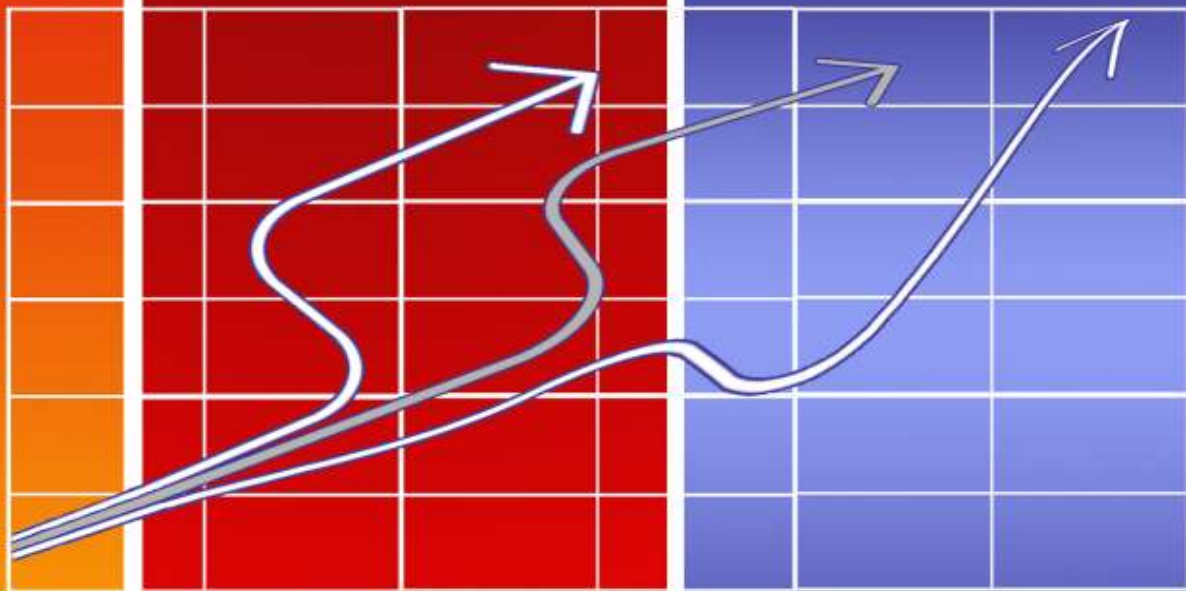


MANUAL PRÁCTICO DE



ÉXITOS

FRACASOS



EMPRESARIALES

Desde AJE e IMFE queremos agradecer a cada una de las empresas que aparecen en este manual por hacer posible este apasionante proyecto y por servir de guía a todas las personas emprendedoras y empresarias que tendrán la oportunidad de leerlo.

El manual recoge de primera mano sus experiencias y vivencias en relación con la empresa en sus dos vertientes: éxito y fracaso, ambas enriquecedoras. Lo hace tras una entrevista personal con cada uno de ellos, tras la que hemos querido respetar al máximo el contenido y el mensaje de lo que hemos compartido con estos empresarios y empresarias que a buen seguro servirán de ejemplo a aquellos que se acerquen a este manual.



EDICIÓN Y DISEÑO:

IMFE Unidad de Emprendedores

C/ Victoria, 12 Pasaje Clavero 29012 Málaga

Tel: 952 21 45 29 - Fax: 952 21 45 39 - emprendedores@malaga.eu - www.malaga.eu

AJE Málaga

C/ Cuarteles, 39 1ºB-C 29002 Málaga

Tlf: 952 22 50 45 - Fax: 952 609 627 - info@ajemalaga.org - www.ajemalaga.org

INDICE

Presentación	4
Experiencia de la empresa Acerca	6
Experiencia de la empresa Almeida Viajes	10
Experiencia de la empresa Kinos	14
Experiencia de la empresa Libera Networks	18
Experiencia de la empresa Nerea Arqueología Subacuática	22
Experiencia de la empresa Manuel Jiménez	26
Experiencia de la empresa Biznaga Marketing Mix	30
Experiencia de la empresa Julio Valverde	34
Experiencia de la empresa Encarnación Sánchez	38
Experiencia de la empresa Cibeles Cuadrado	42



4 PRESENTACIÓN



La creación de empleo está necesitada de ideas innovadoras. Este planteamiento novedoso que aboga por la originalidad desde distintas ópticas, está más presente cada día en las actuaciones de todos los agentes implicados. Junto a los reconocidos pilares fundamentales de la política de empleo se perciben suficientes márgenes basados en el factor humano sobre los que construir nuevas oportunidades.

Poco a poco, desde el Ayuntamiento de Málaga en relación con los instrumentos de la política de empleo, se han ido consolidando distintos servicios que configuran un referente en cuanto a los recursos disponibles al servicio de la ciudadanía. Dentro de estos recursos se percibe una apuesta decidida para impulsar iniciativas generadoras de empleo en el ámbito empresarial.

En este sentido, la Unidad de Emprendedores del Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE) facilita a todos los ciudadanos y ciudadanas, especialmente a aquellos integrados en colectivos desfavorecidos, información y asesoramiento para el análisis y el desarrollo de futuras ideas de negocios.

Por otro lado, la colaboración con otras instituciones como matiz para abordar la realidad laboral otorga un carácter de adaptación y transversalidad a las actuaciones que desde el IMFE se vienen desarrollando en los últimos años. Así, una vez más aunamos esfuerzos con la Asociación de Jóvenes Empresarios en la elaboración de este manual denominado “MANUAL PRÁCTICO DE ÉXITOS Y FRACASOS EMPRESARIALES” donde tan atractivos resultan los contenidos aportados como la sinergia que genera compartir un objetivo común: facilitar información a las personas con inquietudes emprendedoras para que el futuro empresarial en ciernes sea lo más cercano al éxito.

Este “MANUAL PRÁCTICO DE ÉXITOS Y FRACASOS EMPRESARIALES” que tiene el lector en sus manos es fruto de la preocupación que el Instituto Municipal para la Formación y el Empleo del Ayuntamiento de Málaga tiene por el fomento del autoempleo y el desarrollo del tejido empresarial malagueño.

Carolina España

Teniente Alcalde Delegada de Economía y Empleo del Excmo. Ayto. De Málaga

La obligación de AJE es estar siempre ahí para el emprendedor y para el joven empresario. Hacer el camino lo menos difícil posible al principio y acompañar en el crecimiento y la consolidación de una empresa joven, destinada a generar riqueza y empleo.

Este manual es una buena muestra de lo que supone esa base constitucional de AJE. Nadie te puede describir mejor un camino que aquel que ha pasado por él, lo ha recorrido y conoce, de una manera más o menos exhaustiva, sus rincones, sus atajos, sus vías sin salida y, por supuesto, sus piedras.



Esto es lo que da un valor muy especial a esta publicación. Las personas que aparecen en ella, a las que agradecemos su disposición a colaborar, destacan por su profesionalidad y por su gran valía, por tener algo interesante que contar, con proyectos en el centro histórico de Málaga, en Marruecos...

Y además son jóvenes, algo que no les impide atesorar la experiencia que la creación y la dirección de una empresa te exigen, la toma constante de decisiones, de mayor o menor relevancia, que supone el día a día.

El resultado de esas decisiones marca el rumbo de la empresa y el éxito, la supervivencia o el cese de un proyecto. El desenlace es, por lo tanto, en muchas ocasiones el que termina calificando la decisión como positiva o negativa.

Poner en valor el resultado de esas decisiones es el objetivo de este libro. Esto es siempre positivo.

Daniel Rodríguez

Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga



Nombre Fernando Bustamante

Edad 38

Empresa ACERCA

Ubicación: C/ Marie Curie, 15 (PTA)

Web: www.acerca.es



Acerca se constituye en el año 2000, pero inicia la actividad en 2001. Fernando estaba en Madrid en una multinacional, por diferentes circunstancias vino a Málaga y montó una empresa de Ingeniería en Telecomunicaciones que es lo que ha demostrado saber hacer. Era un momento en el que el sector de la construcción estaba arrancando motores, y había la oportunidad de desarrollar proyectos.

FACTORES DECISIVOS: **El servicio al cliente**

La empresa

Los primeros años íbamos desarrollando proyectos, íbamos creciendo, incorporando personal poco a poco. Pero es el año 2002 cuando nos llega un proyecto simbólico que nos haría crecer: el Palacio de Ferias y Congresos. Se nos encargó la dirección técnica de instalaciones especiales del Palacio. Ese proyecto fue la referencia que nos permitió entrar en proyectos más importantes. En el 2003 éramos ya 10 personas. Hacíamos proyectos más complejos, nuestros clientes los encontraban muy interesantes pero no tenían gente que los supiesen instalar al no ser instalaciones convencionales. A la tercera vez que decidimos hacerlo nosotros mismos nos plantearon el problema, personas ofreciendo un servicio y hoy día somos unas 30 integral.

"Nos alegramos de no habernos centrado en la Costa del Sol; ahora posiblemente lo estaríamos pasando muy mal."

Situación Actual

Hemos ido creciendo de manera constante, nunca hemos crecido por debajo del 30 por ciento. crecimiento inteligente. Un ejemplo, ahora más que nunca, nos alegramos de no habernos centrado en la Costa del Sol; ahora posiblemente lo estaríamos pasando muy mal. Ha sido un crecimiento sostenido. Hace dos años Airzone entró en el capital de la empresa, yo tenía el 100% de la empresa y la abrí. La cooperación con Airzone fue el segundo punto de inflexión. Nos ha dado unas sinergias tremendas, nosotros aportamos conocimientos técnicos y ellos la internacionalización de la empresa.

Factores decisivos

Tenemos dos líneas diferenciadas dentro de la empresa, ingeniería de telecomunicaciones, industriales y especiales y nuestro fuerte que son la ejecución de instalaciones especiales y domóticas

Al ofrecer tanto el diseño del proyecto como la instalación empezamos a incorporar perfiles en "cruz", incorporábamos desde el ingeniero hasta el montador, y en medio a los programadores que lo ponían en marcha, ya que lo difícil es que al instalarlo todo funcione correctamente. De esa manera resolvíamos todos los problemas derivados de ese concepto integral. Al cliente le da tranquilidad, le planteábamos todo, le instalábamos todo y hacíamos que funcionara correctamente garantizando un mantenimiento integral.

"Ahora mismo soy empresario pero también soy Ingeniero"

¿Por qué te decidiste por este sector?

Es lo que me gusta y lo que sé hacer. pero también soy ingeniero. A mi me prácticamente la empresa se gestione sola y pudiera dedicar a desarrollar proyectos, que es de verdad lo que me gusta.

Ahora mismo soy empresario gustaría que llegara el día en que y supervisando cosas concretas, me

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

De otra manera no creo que piense que hubiera hecho nada. Hombre, podríamos haber crecido más en los años de bonanza, pero creo que hemos hecho lo correcto viendo la situación actual.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Antes de comenzar que lo estudie bien, un buen plan de negocio aminora el riesgo de fracaso. Y que antes haya pasado por otras etapas vitales, haber trabajado en varios sitios del sector, que venga con conocimiento tanto del sector como de gestión. Tener claro para que quieres montar tu empresa, si lo que quieres es tener tiempo libre te equivocas. Montar una empresa es un ejercicio de responsabilidad social, tanto para ti como para tus empleados, contratar a gente y no tener claro el rumbo y tener que cerrar la empresa al poco tiempo es una tragedia para todas esas personas.

“Montar una empresa es un ejercicio de responsabilidad social, tanto para ti como para tus empleados”

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Pues los mismos pero aún más. Es un sector que hace falta mucho conocimiento, hay que recorrer muchos proyectos, en muchas empresas y dominar el sector. Montar una empresa de domótica a pecho descubierto es complicado. Durante este tiempo he visto compañeros del sector que han dado palos de ciego, por apostar por sistemas que luego han fallado, no tenían un conocimiento profundo del sector y por ejemplo apostaban por soluciones técnicas o maquinaria que nosotros habíamos visto que no funcionaban. Por este tipo de cosas es por lo que es necesario el tener ese conocimiento del mercado y haber tenido bagaje y experiencia en otras empresas como empleado.



Nombre: Inmaculada Almeida

Edad: 25

Empresa: Viajes Almeida

Ubicación: C/ Córdoba, 6

Web: www.viajesalmeida.com



Inmaculada Almeida es de Cartaya, en la provincia de Huelva. Viene de una familia muy tradicional y muy humilde. Sus padres no entendían o no compartían su deseo de ser empresaria. Vino a Málaga con 18 años para ser Técnico Superior en Turismo (Agencia de Viajes). Ocho años después es una de las agencias de viajes de referencia en toda España.

FACTORES DECISIVOS: **Innovación tecnológica y en productos**

La empresa

Viajes Almeida nace como un empeño personal mío. A través de un curso del Programa Vivem del Instituto de la Mujer, preparé el proyecto de una agencia de viajes diferente a lo que ya existía. Me costó muchísimo encontrar financiación hasta que conseguí que La Caixa me concediera un microcrédito y pude abrir el primer local, con mi imagen de marca. Poco a poco me fue muy bien y propuse a una amiga de mi promoción que montase una agencia con el nombre de Viajes Almeida y con mi imagen, yo la formé y no le cobré nada, es decir, no fue como franquicia. Luego vino otra, y otra, hasta que decidí franquiciar. Publicité por Internet la posibilidad de franquiciar Viajes Almeida y vino una auténtica avalancha de solicitudes.

"La ubicación en el centro histórico ha resultado muy importante como imagen de cara al cliente"

Situación Actual

A día de hoy tengo una oficina central 50 empleados, en el centro histórico importante como imagen de cara al cliente. En toda España hay más de 300 locales y sumando todos los empleados llegamos a más de 700.

con 16 departamentos con unos de Málaga, que ha resultado muy importante como imagen de cara al cliente. En toda España hay más de 300 locales y sumando todos los empleados llegamos a más de 700.

En el campo de la internacionalización tenemos varios franquiciados en Portugal, vamos a abrir en Chile y también tenemos una representante en Marruecos para empezar allí la expansión, a lo cual quiero dar las gracias a la Cámara de Comercio de Málaga y a Extenda por la gran ayuda y el asesoramiento que nos están prestando.

Factores decisivos

El éxito de nuestra empresa radica en la diferenciación con la competencia, siempre mejoramos la oferta de los demás. Además ofrecemos una innovación sobre el producto. Cualquier cliente, aparte de reservar un viaje o una noche dentro de los productos habituales que necesite, puede encontrar viajes específicos para colectivos, colectivos gays, viajes de solteros o separados, personas que viajen solas en definitiva, viajes específicos para discapacitados, todo avalado por AENOR, productos específicos para amantes de vino con rutas enológicas, y viajes desde un euro, que consiste en viajes que se sacan a subasta. Y por otro lado una innovación tecnológica en los propios locales. Hemos creado una pantalla táctil donde el cliente, mientras espera a ser atendido por un agente, puede ir viendo herramientas que hace que el cliente nos vea distinto a los demás, los colectivos vienen a nosotros porque ven que somos especialistas en lo que ellos buscan. Y en cuanto a la innovación tecnológica, les llama la atención y les facilita la espera porque pueden ver las ofertas en la pantalla.

“Hemos creado una pantalla táctil donde el cliente puede ir viendo destinos”

¿Por qué te decidiste por este sector?

Este sector es mi vocación, es lo que vine a estudiar aunque como gestora fui aprendiendo poco a poco, también de los errores. Ya posteriormente, con la empresa más consolidada, hice un master de dirección de empresas turística por la UOC y otro de Marketing y Negocio de Deusto.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

Supongo que todo ha ido pasando tal y como ha tenido que pasar. No cambiaría nada, todo ha ido bien así.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Pues prefiero que se lean lo que con la experiencia llegué a escribir, yo los llamo LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL EMPRENDEDOR, y son los siguientes.

- 1- Cree en ti mismo y en tu proyecto sobre todas las cosas.
- 2- Se perseverante y aprende de los errores (no tirar nunca la toalla; si me caigo al suelo siempre habrá tiempo de levantarse y volver a intentarlo después de haber aprendido).
- 3- Aprovecha las oportunidades (Buena Suerte en vez de "suerte = azar").
- 4- Rodéate de gente muy válida, incluso de gente mejor que tú.
- 5- Ser flexible y saber adaptarse.
- 6- Sana ambición pero humildad y respeto al competidor.
- 7- Nunca está TODO hecho, TODO se puede mejorar; no te conformes.
- 8- Salir del plano cerrado (a veces hay que salirse de la tarea diaria para ver las cosas desde otro prisma).
- 9- No dejar de formarse nunca.
- 10- Equilibrio entre la vida profesional y personal.

"Supongo que todo ha ido pasando tal y como ha tenido que pasar, todo ha ido bien así"

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Creo que pueden leer el punto anterior. Pero si es verdad que pueden empaparse bien del sector, conocer a la competencia en profundidad y diferenciarse.



Nombre: Joaquín Morales

Edad: 31

Empresa KINOS

Ubicación: Avda. Simón Bolívar, 17

Web: www.kinos.es



Kinos Vega S.L. arranca en el año 2003, justo en el momento del llamado boom inmobiliario y del cual ahora se están viendo las consecuencias negativas. Desde el inicio, Joaquín Morales tuvo claro que la opción de abrir el mercado a través de internet, con un motor de búsqueda de promociones, era el mejor sistema para diferenciarse de las demás empresas del sector. Otra de las inquietudes iniciales fue la internacionalización de la empresa, y en el año 2003 Marruecos era una potencia económica emergente. Decidieron entrar en este mercado, algo de lo que están plenamente satisfechos por los rentables resultados que están obteniendo.

FACTORES DECISIVOS: [La innovación tecnológica y servicio al cliente](#)

La empresa

Para poder abrírnos a Internet contactamos con una empresa de programación de software avanzado, que en esa etapa estaba destacada de las demás, y que daba un servicio de Internet a pequeñas y medianas empresas. Nos dió un servicio de software estándar que usábamos como motor de búsqueda de propiedades o promociones por Internet.

A los cuatro meses tuvimos problemas con datos que habían metido que no nos dejaban hacer cosas que nosotros deseábamos desarrollar con el motor. Nos quisimos trasladar con otra empresa a la que le pedimos un software especial para nosotros. Es más, el código fuente sería propiedad mía.

Tras este arduo proceso, nos convertimos en una de las primeras empresas inmobiliarias que apostó por Internet empezar, pasamos del mercado de la vivienda de segunda mano a especializarnos en promociones de obra nueva.

"Somos una de las primeras inmobiliarias que apostó por Internet"

A partir del segundo año y medio, montamos otra empresa para el tema de obras y reformas, Construfor 2000, de la que Kinoss tiene el 65% y el resto Juan Manuel Fernández, amigo de muchos años y con muchísima experiencia en el sector.

La innovación sigue siendo la identidad de la empresa, además de trabajar muchísimo, fines de semana, festivos, etc...

Situación Actual

Ahora somos 10 personas, cuando en su momento empezamos tres. Ahora tenemos otra empresa, en la que, al hilo de la innovación tecnológica, desarrollamos nosotros el software y el motor de búsqueda. Es una empresa con dos programadores y un diseñador. Ha comenzado como sinergia del sector y viendo que toda la focalización del marketing y publicidad de todas las empresas publicitarias se muestra en Internet. La estrategia de esta empresa evidentemente es que Kinos es su principal cliente, pero ya estamos facturando a terceros, a los que damos productos de marketing y web sobre todo del sector inmobiliario.

Además estamos apostando por el centrándonos en el típico cliente estamos en un mercado global. La inglés, francés, alemán, ruso y al

"Decidimos entrar en Marruecos, algo de lo que estamos satisfechos por los rentables resultados obtenidos"

mercado exterior, no sólo inglés, sino, entendiendo que página la vamos a traducir al árabe.

Factores decisivos

El factor que diferencia a Kinos es la innovación tecnológica, y apostar por el concepto básico del servicio al cliente, dándole garantía y seguridad.

A través de la innovación tecnológica, tenemos que dominar el mayor volumen de información posible.

También tenemos que contar con el desarrollo del software propio, CRM de alto nivel. Esta es la mayor línea de crecimiento, la explotación de ese software. La página de Internet que tenemos es la más actualizada en información y precios con más de 500 promociones de obra nueva de la Costa del Sol.

¿Por qué te decidiste por este sector?

Elegí el sector de la inmobiliaria por mi entorno personal. Mi padre está involucrado en este mundo, aunque no como gestor.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

Si no hubiera surgido todo como ha ido, estoy seguro de que no nos hubiera salido todo tan bien. No pienso en lo hecho anteriormente.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Lo primero que le diría sería que lo que quiera montar sea lo que más le guste. Posteriormente que analice el mercado, que vea los pros y los contras. Que se asesore, que se sienta consigo mismo y se pregunte qué es lo que quiere para su empresa y hasta donde o hacia donde quiere llegar. Luego, deberá hacer un plan de negocio para plantear la evolución de la empresa e intentar seguirlo durante los siguientes años.

“Deberá hacer un plan de negocio para su empresa, e intentar seguirlo durante los siguientes años”

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Pues como he dicho antes que elabore un plan de negocio sabiendo que tiene que ser su guía que le acompañe durante mucho tiempo, le evitará muchos problemas. Y luego que se forme en este sector, que investigue el mercado.

Y si fuese posible que tenga una formación adecuada, al menos una diplomatura.



Nombre José Miguel Ruiz Padilla

Edad: 35

Empresa: LIBERA NETWORKS

Ubicación: C/ Marie Curie, 12 (PTA)

Web: www.libera.net



Posiblemente una de las curiosidades que surgen a la hora de profundizar en la historia de Libera Networks, es que originalmente se llamaba Typhoon, pero por la dificultad que tenían los clientes y los proveedores para entender correctamente el nombre o transcribirlo bien, incluso para deletrearlo, decidieron cambiar la denominación de la compañía y llamarla Libera Networks.

FACTORES DECISIVOS: [La excelencia con el cliente](#)

La empresa

Libera surgió al venir a Málaga un verano y reunirme con uno de mis socios, Mario Casado, actual director técnico de la compañía. Empezamos a comentar la situación del sector, era el año 2002, que se había recuperado de las puntocom, o mejor dicho, se estaba reajustando por el auge de las telecos, las empresas de cable y las puntocom. Comentábamos que en las grandes empresas de telecomunicación la creatividad de un ingeniero no es tan importante, no es un valor diferencial, son grandes máquinas de facturar. Se nos ocurrió montar algo relacionado con las tecnologías inalámbricas. Cada uno venía de un sector de la telecomunicación y eso iba a ser muy positivo para unir conocimientos. Buscamos a otra persona complementaria, empezamos a elaborar un plan de negocio mientras cada uno volvía a su vida, y decidimos participar en un concurso de Planes de Negocios (50K) promovido por Creara. Decidí apostar por el plan de negocio. A nosotros nos gustaba inventar, desarrollar proyectos, y era lo que llevábamos haciendo toda la vida. Dimos un último giro de tuerca al plan de negocios y quedé finalista del concurso.

"En las grandes empresas de telecomunicación no es tan importante la creatividad"

Llegó el momento de decidir si poníamos en marcha lo que habíamos plasmado en papel. De los tres, dos dijimos que nos tirábamos al barro, pero necesitábamos un socio más. Contactamos con un compañero mío que tuve en Bélgica, un americano. Le planteamos el tema y aceptó. En ese momento se nos planteó una disyuntiva que a día de hoy tendría que ver si es un éxito o un fracaso, y parece que es un éxito. Fue el hecho de decidirnos a montar la empresa en Málaga. Nos movimos por Madrid, siendo a priori lo ideal para este tipo de empresa, pero influyó muchísimo el "cariño" de Promálaga y el de la gente del CADE que vieron nuestro proyecto y creyeron en nosotros. Nos comunicaron que teníamos sitio en el PTA y nos instalamos. Era Junio del 2003.

Situación Actual

Actualmente, cinco años más tarde, somos 18 personas en el equipo. Estamos doblando la facturación y el personal cada año. El año pasado facturamos unos 900.000 euros, y este año ya tenemos cerrados contratos por 1,5 millones de euros.

Pienso que estamos creciendo por la confianza que muchos clientes tienen en nosotros, ya que les respondemos hasta niveles que otros no lo hacen, mediante la especialización y la excelencia. No queremos crecer sin medida, por ello no buscamos cualquier perfil. La mayoría de nuestro personal son ingenieros y tenemos una vocación clara de superar los 100.000 € de facturación por empleado. Además, desde hace dos años tenemos un departamento de I+D al que destinamos entre el diez y el quince por ciento de la facturación, apostando por el desarrollo de productos y tecnología propia, con una primera patente en 2007.

“Crece-
mos mucho
por la confianza
que muchos
clientes tienen
en nosotros”

Factores decisivos

Calidad y excelencia. Nos hemos especializado en proyectos para sector público y grandes empresas en todos los ámbitos de las tecnologías inalámbricas, desde grandes proyectos llave en mano para hospitales, universidades, ayuntamientos,... Hasta formación, consultoría y soporte. Parece que son pocas cosas, pero cubrimos un amplio espectro de proyectos, desde las tecnologías móviles, hasta la identificación automática mediante radiofrecuencia, pasando por el despliegue de redes inalámbricas WiFi o WiMAX.

Un valor diferencial que destacaría desde el principio es que cuidamos no sólo la relación con el cliente, sino también con nuestros proveedores. En nuestro país se suele tratar demasiado mal a los proveedores, empezando por no respetar las fechas de pago y eso es un mal que tiene consecuencias en toda la cadena de valor.

¿Por qué te decidiste por este sector?

Evidentemente porque es lo que más me gusta hacer. Al fin y al cabo, aunque especializado en gestión en los últimos años, soy Ingeniero.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

Seguro que alguna vez he pensado eso sobre algún aspecto. Si te puedo decir que me gustaría saber cómo habría evolucionado la empresa si ésta se hubiera ubicado en Madrid.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

No me suele gustar dar consejos, pero probablemente, que no “fuerce las cosas”. Tendemos a analizar las cosas desde el corazón y no debe ser así. Hay que ser más pragmático y más frío. Dicen que se puede morir por un sueño, pero en los negocios no merece la pena. Si plasmas tu sueño y ves que es una locura, quizás se mejor no llevarlo a cabo. Puede arruinar tu vida y la de tu familia.

“Dicen que se puede morir por un sueño, pero en los negocios no merece la pena”

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Posiblemente que, en principio, no se haga justo después de acabar la carrera. Probablemente tampoco con 40 años y tres hijos. Hay que montar la empresa cuando conoces el sector, tienes un plan de empresa escrito sobre a donde vas y tienes clara la estructura. Desde el principio nosotros teníamos un plan de negocio, con una estructura clara y las funciones perfectamente definidas.



Nombre Javier Noriega

Edad: 34

Empresa NEREA Arqueología Subacuática

Ubicación: C/ Almogía, 14

Web: www.gruponerea.com



Nerea Arqueología Subacuática nace de un grupo de jóvenes recién terminados sus estudios universitarios. Durante la realización de las prácticas en el Teatro Romano, les surgió la idea de montar una empresa de arqueología submarina. Se dieron cuenta de que el Teatro Romano de Málaga era un teatro portuario, algo único en Europa, y se empeñaron en aunar arqueología y mar.

FACTORES DECISIVOS: **Un mercado muy amplio por explotar**

La empresa

Hay que tener en cuenta que la arqueología submarina en España estaba en el periodo neolítico en el momento que surgió la idea de montar la empresa, con lo cual tuvimos que buscar mucha información y formarnos. Algunos hicimos salidas al extranjero donde el sector de las empresas de arqueología está más desarrollado.

Hicimos un plan de negocio con el que detectamos los puntos fuertes y los débiles y empezamos a moldear el proyecto. También fuimos a las Administraciones Públicas, al CADE, al IMFE, etc... para informarles del proyecto y conseguir su respaldo. Nuestra clientela es básicamente la Administración pública, aunque no podemos olvidar que la otra línea de nuestro sector de mercado son las constructoras y las ingenierías. Nosotros hacemos estudios del suelo marino para evitar que las posibles ampliaciones de estructuras o del litoral dañen los yacimientos submarinos. Nosotros protegemos el patrimonio, lo gestionamos e intervenimos.

"La arqueología submarina en España estaba en el neolítico cuando surgió la idea de montar la empresa"

Situación Actual

Siete años después, Nerea está constituida por tres socios y tenemos en plantilla de manera fija unas trece personas, aunque en determinados proyectos llegamos a alcanzar la cuarentena. Facturamos unos 700.000 euros al año, y a estas alturas del año, te puedo decir que ya hemos superado las previsiones de facturación.

Factores decisivos

El éxito de nuestra empresa radica en ser los primeros y disponer de un sector de mercado muy amplio. Además es una idea muy innovadora y puesta en marcha por profesionales con mucha cualificación. Todos los que componemos la empresa venimos con una formación exclusiva o al menos muy relacionada con la arqueología.

Es una compañía de arqueología con criterio empresarial, algo único en España.

También ha influido muchísimo el trabajo en grupo. En Nerea vamos todos a una. En el sector de la innovación si no vas en equipo es imposible que salga bien. A lo largo de estos años también hemos confeccionado una red de contactos muy amplia y muy buena, que nos ha facilitado la investigación previa.

“En el sector de la innovación si no vas en equipo es imposible”

¿Por qué se decidió por este sector?

Somos muy afortunados ya que gusta. Somos licenciados en Historia con lo que imagínate la suerte que desarrollando lo que nos gusta.

trabajamos en lo que nos y especializados en arqueología, tenemos de trabajar

¿Qué habrías hecho de otra manera?

De los errores te das cuenta cuando han pasado, pero no sé decirte como lo hubiese hecho porque estoy convencido de que hubiera caído en el mismo error. Lo ideal sería aprender a prevenir los futuros errores de la experiencia que hemos vivido con anterioridad.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

A nivel humano es indispensable que tenga mucha ilusión por la aventura en la que se va a embarcar. Hay que creer en lo que haces porque te va a dar impulso y va a hacer que llegues muy lejos.

No nos podemos olvidar de tener mucha constancia. Yo siempre planteo esta máxima: "ilusión mas constancia es igual a talento".

En cuanto a la estructura de la empresa, es fundamental que los socios tengan las funciones muy bien delimitadas y dejar las cosas muy claras. Evitarán futuros problemas y así se podrá estructurar eficientemente el trabajo.

"A nivel humano es indispensable que tenga mucha ilusión por la aventura en la que se va a embarcar"

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Pues los mismos que te acabo de comentar, que posteriormente habría que plasmarlos en un plan estratégico de actuación. Un plan de negocio es fundamental para llegar al éxito. Para ser empresario hay que tener consejos de Empresarios.

También hay que conocer el mercado en el que vas a actuar, ya que entiendo que una empresa es una batalla de intelecto y esfuerzo. Ese plan de negocio es el primer peldaño de la escalera. No podemos creer en la cultura del pelotazo, hay que ir poquito a poco y saber donde te diriges.



Nombre: Manuel Jiménez

Edad: 35

Empresa: Jiménez & Alés Consultores

Ubicación: C/ Montaña Blanca, 5

Web: www.jimenez-ales.com



Con diecisiete años, iba paseando con un amigo y vieron que estaban tirando unos calendarios de bolsillo a un contenedor. Preguntaron el motivo de porqué los tiraba a la basura y les comentaron que sobraban de la temporada de ese año. Al año siguiente fueron a ver a ese hombre, les enseñó el catálogo de modelos y les señaló que impronta los imprimía. El negocio consistía en enseñarle a los bares los modelos, ellos elegían, cada calendario costaba media peseta y ellos los vendían a una.

FACTORES DECISIVOS: **La falta de planificación y de experiencia**

La empresa

Al año siguiente me di de alta como autónomo ya que comenzábamos a facturar. Empezamos a incluir más artículos en el catálogo, bolis, llaveros, camisetas, gorras, etc. Al tercer año uno de los proveedores me ofreció montar una sociedad uniendo la experiencia de ambos. Al principio muy bien, poca facturación pero también pocos gastos. Al cabo de seis meses cogimos una cartera de clientes más amplia, sobre todo Instituciones, empresas del PTA, universidad, la cosa iba muy bien, aunque empezamos a ir muy acelerados. Una empresa de Marbella, pidió que le suministrásemos material para los hoteles. De alguna manera se estableció una colaboración, con pedidos más importantes y nos pagaban bien, hasta que un día dejaron de pagar. Se juntó esa situación con una mala gestión por nuestra parte, comprábamos máquinas, teníamos una red de comerciales que no daba el resultado esperado. Habíamos sobredimensiado tanto la empresa que nos cargamos de gastos y de intereses bancarios.

“Habíamos sobredimensiado tanto la empresa que nos cargamos de gastos y de intereses bancarios.”

Situación Actual

Después de tener mi propio negocio, trabajé durante 9 años en distintas empresas desde la administración de patrimonios a la gran distribución. Decido crear Jiménez & Alés Consultores dedicada al asesoramiento a empresas y a la administración de fincas con el doble objetivo, por un lado, aprovechar la experiencia adquirida, y por el otro, dejar de viajar y poder pasar más tiempo con mi familia. Jiménez & Alés lo componen mi apellido y el de mi mujer.

Factores decisivos

Me faltó experiencia y tomé decisiones sobre la marcha, sin ninguna planificación. No elaboré un Plan de Empresa y el día a día era el que marcaba el desarrollo del negocio. Crecimos sin control y con unas expectativas de ingresos que luego no se cumplían, lo que provocaba continuas faltas de liquidez y un aumento desmesurado de los gastos financieros. No conseguí encontrar una cartera de proveedores que fuera lo suficiente fiable como para evitar errores en la impresión y manipulación del producto, lo que provocó en muchos casos que se terminara vendiendo por debajo de los costes reales.

¿Por qué te decidiste por este sector?

Fue por casualidad, la casualidad de basura, la casualidad de que quien podía iniciar el negocio. Tenía la cuenta, pero hacerlo en este sector

“Un plan de empresa es esencial para saber que rumbo vas a tomar”

ver tirar los calendarios a la los tiraba me explicara como inquietud de trabajar por mi fue una cuestión de azar.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

Hubiese planificado y elaborado un plan de empresa, hubiese acotado los artículos que podíamos vender, hubiesemos tenido menor variedad pero con garantías en cuanto al suministro y calidad de producción. Tal vez, hubiese delegado la gestión del equipo comercial en una persona capacitada y experimentada y por supuesto hubiese crecido a otro ritmo para evitar tanto endeudamiento financiero. Y si todo eso no hubiese funcionado, seguramente me hubiese retirado antes del negocio.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Primero haz un Plan de Empresa. Es esencial marcar un objetivo y establecer un rumbo, si no lo haces estás perdido y sujeto a donde te lleven los vientos. Así que mi consejo es planificar y establecer un plan (aunque sea malo, es peor no tenerlo). Segundo, deja crecer el negocio por si mismo, con ambición pero con los pies en el suelo y no te endeudes sin una base sólida, los gastos financieros pueden acabar con tu empresa. Tercero, si las cuentas no salen, retírate a tiempo, cuando estás dentro no eres objetivo y crees que todo se solucionará en la siguiente venta, hay que saber reinventar el negocio desde el principio, y en ultima instancia, cerrar antes de perderlo todo.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

No montar en un entorno urbano. Por lo general, en este sector, el cliente nunca viene a verte por lo que no vas a necesitar un despacho muy bonito en una ubicación muy significativa, sino un sitio operativo desde donde poder controlar la producción y la distribución de la mercancía.

Tener una buena cartera de proveedores es estratégica. Conseguir buenas imprentas, buenos talleres de serigrafía, etc...

Hay que disponer de una buena financiación (a ser posible propia) ya que es necesario dinero para adelantar en la producción de los pedidos y los clientes suelen pagar a un plazo mucho mayor que el plazo al que tú vas a tener que pagar a tus proveedores. Tenlo en cuenta cuando calcules tus necesidades de financiación.

"Hay que conocer el mercado al que se quiere dedicar, conocer todas las variables que pueden suceder"



Nombre: Paloma Gómez

Edad: 39

Empresa: Lima-Limón Comunicación

Ubicación: C/Domingo de Orueta, 12

Web: www.lima-limon.com



Biznaga Marketing Mix es el resultado de la unión de dos socios con los que Paloma Gómez había compartido trabajo anteriormente. También accedió un socio capitalista que tenía una asesoría y aportaba una red de contactos interesantes. La idea de montar una empresa le caló. Ella aportaría mucho en la parte de organización de eventos que ellos no controlaban, y la de marketing promocional.

FACTORES DECISIVOS: Una muerte por éxito

La empresa

Nos ubicamos en la Avenida de Andalucía, con una buena inversión en imagen. Montamos una agencia de aspecto muy profesional y empezamos a trabajar. Tuvimos un crecimiento brutal en muy poco tiempo con unos clientes muy importantes, pero que negociaban unas formas de pago a las que te tienes que amoldar. Nosotros teníamos unos proveedores pequeños, a los que se les tenía que pagar en 30 días. No teníamos un colchón para soportar o financiar campañas de ese peso. Se incorporó un nuevo socio, exclusivamente capitalista. De esa manera planteamos la posibilidad de hacer campañas de este tipo ya que tendríamos el respaldo de esta persona para financiar los proyectos. Cuando llegó el momento de acudir a él, esta persona vio que una agencia de publicidad no era el proyecto tan interesante que se imaginaba. Dijo que no seguía, que no ponía más dinero.

Hicimos muchas cosas mal, planteamos una parte de la empresa para el buzoneo, con el gasto que eso conllevaba de personal, la furgoneta, etc...Teníamos una serie de cargas que nos agobiaban. Se puede decir que fue una muerte por éxito.

"Tuvimos un crecimiento brutal en muy poco tiempo con unos clientes muy importantes"

Situación Actual

Mi empresa actual, Lima-Limón, es lo mismo que Biznaga pero sin las líneas de negocio que hacían que la empresa se ahogase. No le financiamos la publicidad a ningún cliente, nos pagan a tiempo, aunque siempre hay de todo. Tenemos la nueva sede en Sevilla, en Málaga practicamos el tele trabajo. En Biznaga sólo vino un cliente a vernos a la oficina en todo ese tiempo. Aprovechamos los recursos viendo lo que de verdad nos hace falta.

Factores decisivos

El tipo de clientes. Los grandes clientes son una buena oportunidad pero en mi caso le financiábamos la publicidad por su forma de pago. Prefiero clientes pequeños pero que paguen.

Los proveedores influyeron como factor importante en el fracaso, eran proveedores pequeños con los que no se podía negociar pagos a muchos días o que cobrasen cuando nosotros cobrásemos la factura del cliente. Nos preocupamos mucho de la parte financiera.

El tipo de socios si fue clave porque socio capitalista puede levantar una puede hundir.

Los grandes clientes son una buena oportunidad pero les financiábamos la publicidad por su forma de pago

tienes que aprender que un empresa pero también te la

¿Por qué te decidiste por este sector?

Porque es lo que me gusta, la comunicación y el marketing. Fundamentalmente es lo que sé hacer.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

No haber cogido a determinados clientes aunque suene así de duro. No haber confiado en esas personas que considerábamos como unos papás que nos cuidarían. No teníamos experiencia financiera. A mi me gusta mi trabajo no la parte económico financiera pero ahora entiendo que es igual de importante.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Piano piano se va lontano. Aún yendo poquito a poco tienes la posibilidad de llegar muy lejos. No tengas la agonía de comerte el mundo si no tienes la estructura suficiente.

Por ejemplo, el aspecto personal de mi empresa, en mi casa ya entraba un sueldo, yo no vivía de Biznaga pero mis compañeros tenían sus hipotecas y no tenían otra fuente de ingresos.

Se hizo una pelota por una gran falta de previsión. Teníamos mucho trabajo, Muchos clientes pero cada vez menos dinero.

El primer capitalista dejó de dar dinero, es más, comenzó a reclamar su parte, y el segundo vio que esto no le interesaba. Llegamos a tener más de 15 personas de alta mas todo el personal auxiliar, azafatas, repartidores etc.. Él cortó el grifo, y abandonó el barco.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Pues te respondo algo que también podría ir para la pregunta anterior. Hay que ser independiente, previsores y aunque nos dediquemos al maravilloso mundo del diseño de la comunicación, del interiorismo hay que saber de balances, de vías de financiación, etc..

Si hacemos las cosas bien desde un principio seguro que siempre tendremos nuestra recompensa. Ya que estamos a tiempo de evitarlo, no deberíamos copiar modelos de hacer negocios ya anticuados agresivos y poco responsables.

Evidentemente, dentro de nuestro sector y de cualquier otro hay que intentar ser diferentes y aportar valor a los servicios que ofrecemos y en las relaciones que vamos creando.

“Si se va poquito a poco tienes la posibilidad de llegar más lejos”



Nombre Julio Valverde

Edad: 43

Empresa ALYRED

Ubicación: Pso. Reding, 31

Web: www.alyred.com



Diplomado en Graduado Social, sus comienzos fueron en la hostelería, nada que ver con lo que el destino le depararía. De ahí pasó al sector de la construcción, al multiservicio, montando una empresa que daba servicio a todos los gremios, sobre todo enfocado a compañías de seguros. Aportaban desde el albañil hasta el fontanero, el yesista, el pintor... A partir de ahí vieron que los clientes les pedían más cosas. Hoy en día Alyred ofrece servicios de construcción y obras de gran tamaño.

FACTORES DECISIVOS: El parón del mercado

La empresa

Haciendo obras urbanas para Amena en Málaga, llegó a mis oídos que Telefónica se estaba metiendo en una primera fase en Marruecos. Nos gustó mucho el proyecto. Ir de la mano de una gran empresa nos daba tranquilidad y seguridad en el tema. Nos asociamos con otros que hacían esa función para Telefónica en Málaga y parte de Andalucía. La experiencia de la construcción de antenas en Málaga unida a la experiencia de lo que estaban haciendo otros para Telefónica en Málaga, pues nos animó bastante.

Consistía en la contratación del terreno donde daban unas localizaciones y te decían contratar. Mandamos allí a un responsable allí tenía que tener la experiencia y la mentalidad marroquí evitar un batacazo por ese motivo. conseguimos en ese tiempo más que llevaban allí más tiempo.

El caso es que nos vinimos e hicimos el despliegue en España, para la UMTS, y ahí vino el batacazo. El miedo de la gente a todo el tema de las antenas hizo que se paralizara toda la inversión. No pensábamos que iba a dar el frenazo aquí en España. Todos los beneficios que ganamos en Marruecos los invertimos aquí y no fue bien. Abrimos varias sedes, en Murcia, Alicante, Valencia, Baleares, y en Barcelona, personal, vivienda, vehículos, equipos, etc... un despliegue importante. Los mismos operadores nos pedían que no cerrásemos, pero las respuestas tardaban muchos meses en llegar y no podíamos soportar esta infraestructura sin facturar ya que no nos mandaban trabajo.

"Todos los beneficios que ganamos en Marruecos los invertimos aquí y no fue bien"

luego iría la antena. Los ingenieros cuales eran los puntos que tenías que responsable, español, pero que familia en Tetuán. El que fuera mentalidad española para poder para conocer el terreno, para Estuvimos dos años trabajando y localizaciones que otras empresas

Situación actual

En la actualidad, continúo con mi primera empresa, Alyred Obras y Servicios, que es una empresa dedicada a realizar proyectos integrales, de restauración o reformas llave en mano, tanto para particulares como para empresas o espacios comerciales.

Factores decisivos

Pues a mi parecer, te puedo decir que la tecnología UMTS salió antes de tiempo, y se corrió un bulo de que las antenas eran cancerígenas y nadie nos daba la opción de contratar ni una antena. Era que aceptase. Con lo que ese frenazo de las operadoras en la instalación, hizo soportar la infraestructura que

"Hicimos un despliegue demasiado grande para nuestras posibilidades"

rarísimo encontrar una comunidad en la inversión por parte de las que nosotros no pudiéramos desplegar en España.

¿Por qué te decidiste por este sector?

Como te he comentado antes, fue al construcción. Nos enteramos de esa metimos de lleno. Se puede decir que

hilo de mi actividad habitual de posibilidad de negocio y nos fue de manera casual.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

Pecamos de ambiciosos. Ahora cada vez que me surge alguna posibilidad de negocio, recuerdo esa experiencia para no volver a caer. Hay que establecer unos límites sobre nuestra capacidad para ofrecer el servicio al cliente, tanto en infraestructura como económicamente. Hicimos un despliegue demasiado grande para nuestras posibilidades. Teníamos que pagar personal, seguros, viviendas, equipos, y no se facturaba tanto.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Yo no daría consejo a nadie, no me gusta darlos. Les aconsejo que se la peguen. Que no vayan buscando tantos consejos. Que se la peguen un número limitado de veces, tropezar lo menos posible, pero si uno se equivoca se aprende. Los consejos se acoplan a un caso concreto que no tiene por que darse, se puede dar una situación contraria. No se puede ser una persona aséptica, por que cada día puede pasar algo nuevo para lo que no estabas preparado.

Lo que es muy importante es tratar muy bien al cliente, siempre como oro en paño. Plantéate que de ese trato depende mucho el resultado final.

“Hay que tropezar lo menos posible, pero si uno se equivoca, se aprende”

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

Voy a matizar lo de pegársela porque no quiero que me malinterpreten. Lo que quiero decir es que metan la pata en algunas ocasiones. Cuando fuimos a Marruecos estuvimos cinco meses analizando con detalle todas las variables, pero cada día teníamos imprevistos distintos, y metíamos la pata, algo de lo que aprendimos para las siguientes ocasiones. A eso es lo que me refiero cuando digo que es muy complicado tener previsto todo y que por haber sido muy aconsejado siempre hay cosas que se te van a escapar de las manos y vas a tener que solucionarlas sobre la marcha, con nervios y con algo de tensión.



Nombre: Encarnación Sánchez

Edad: 43

Empresa CAMELOS CERDÁN

Ubicación: Alameda Principal, 37

Web: www.carameloscerdan.com



El mundo del caramelo publicitario presenta multitud de variables y de creatividad que se puede ofrecer al cliente. Encarnación Sánchez lleva vinculada a este sector los últimos catorce años y ha adquirido un conocimiento del mercado y de las necesidades del cliente que pocos pueden aportar. En este aspecto, sus valoraciones no fueron tenidas en cuenta en la empresa a la que representaba, con lo que buscó un nuevo destino.

FACTORES DECISIVOS: **Un servicio al cliente equivocado**

La empresa

Trabajaba para una empresa de distribución de caramelos publicitarios, pero su orientación era básicamente la gran empresa. Andalucía como tal, no es un mercado de multinacionales como Madrid o Barcelona que pudiesen ser el nicho de mercado de esta empresa.

Con lo que mantuve una lucha constante con la dirección de la empresa para que se abriesen al mercado andaluz. Yo llevaba cuatro años y entendía perfectamente en que consistía este mercado. Por lo general esta empresa sólo aceptaba pedidos enormes, unas tiradas grandísimas que la mayoría de posibles clientes que tenemos aquí ni necesitaban ni podían asumir en costes. Su negatividad para entender el tipo de clientes que Andalucía tenía para esa empresa hizo que me plantease el cambiar de compañía. Esa no era la realidad de la empresa en Andalucía. Desde mi punto de vista su estrategia comercial estaba equivocada. A eso hay que sumarle que en multitud de ocasiones el servicio que se dio no fue el más adecuado ni el más profesional.

"Llegó el momento en que yo ya no estaba de acuerdo con la política de la empresa"

Estos años de trabajo me permitieron tener conocimientos de la zona. Cuando llegó el momento en el que yo ya no estaba de acuerdo con la política de la empresa y no se tenía en cuenta mi conocimiento del mercado, me puse en contacto con Cerdán. Tenía que representar a una empresa con un proyecto seguro y firme.

Situación Actual

Hoy día represento a Caramelos Cerdán en toda Andalucía. Es una empresa que sí se orienta a la pequeña y mediana empresa. Con lo que imagínate el extenso catálogo en productos y, por supuesto, en cantidades, algo que mis clientes demandan. Es una empresa creada en 1914, con delegaciones en Madrid, Barcelona, Valencia, Extremadura, etc.

Nuestro mercado abarca todo, tanto a la gran empresa como a la mediana empresa. Y como te he dicho en Cerdán lo más importante es la calidad y el servicio al cliente.

Tenemos una oficina en el centro somos nosotros los que visitamos a es muy importante. Siempre digo calle Serrano.

"Siempre digo que la calle Larios es nuestra calle Serrano"

histórico de Málaga, y aunque los clientes, nuestra ubicación que la calle Larios es nuestra

Factores decisivos

La anterior empresa se centraba en grandes cantidades en determinados productos lo que impedía dar un buen servicio a determinados clientes. Fueron muy obtusos a la hora de entender el mercado que tenían por delante.

En mi caso particular, mi opinión no era tenida en cuenta. Les transmitía lo que el mercado me estaba demandando, pero no se me escuchaba. No valoraban lo que yo les decía.

Además el servicio no era lo más adecuado, algo que hizo que perdiera clientes.

¿Qué hubieras hecho de otra manera?

Pues tengo que reconocerte que antes hablaba con el cliente y escuchaba poco. No le dejaba que expusiese lo que quería de mi empresa.

Ya no. Con la experiencia adquirida escucho sus necesidades y entiendo mejor lo que les puedo ofrecer y lo que quieren de mi empresa. De esta manera puedo prepararle tanto un presupuesto como idear un producto acorde con lo que de verdad necesitan de mi.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Pues es indispensable conocer el mercado. Hay que saber hacia donde uno se quiere dirigir.

Emprender es una aventura realmente excitante pero tiene muchísimo trabajo previo.

Evidentemente, también hay que escuchar al cliente, para luego desarrollar lo que el cliente necesita.

Hay que tener mucha perseverancia y tener los pies firmes en la tierra.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

El servicio al cliente es algo fundamental. También hay que ser diferente y original. Hay que ofrecer alternativas a lo que ya hay.

Debes conocer a la competencia. Y por supuesto, no te olvides de unos valores esenciales, la formalidad y seriedad. Si tienes que decir que no, que sea a tiempo, no a posteriori, ya que hay que cumplir con el cliente en plazo y en forma.

"No te olvides de unos valores esenciales, la formalidad, la seriedad"



Nombre Cibeles Cuadrado

Edad: 32

Empresa: Proinnet Web

La difícil conciliación como trabajadora de vida profesional y laboral llevó a Cibeles, junto a su marido y otro socio, a la decisión de poner en marcha una empresa. Se asesoraron, y al tener muy poca financiación, establecieron la oficina en una habitación de su casa. Arreglaban ordenadores y montaban redes en oficinas. A partir de ahí los clientes empezaron a pedirles que les vendieran los equipos.

FACTORES DECISIVOS: La competitividad de las grandes superficies

La empresa

Poco a poco el volumen de trabajo fue creciendo, y aprovechamos la oportunidad de tener una oficina en el centro.

Cuando aún no estaba tan extendido el tener Internet instalado en casa, nos ofrecieron la posibilidad de adquirir un cibercafé en Teatinos, y nos metimos sin meditarlo demasiado, con lo que mantuvimos tanto la oficina del centro como el ciber.

Pronto nos dimos cuenta que de esta forma el negocio era inviable, por lo que decidimos dejar la oficina del centro y trasladar tanto ésta como el taller al ciber, que a su vez también era tienda.

El ciber era bastante rentable, pero de Internet, comenzó a instalarse que el ciber empezó a flaquear, pero mientras se iban cubriendo los en que las grandes superficies los equipos, como por ejemplo las empezaron a cerrar, y vimos que a

“Las grandes superficies bajaron mucho los precios de los equipos”

hacerlo. En ese momento, dos emprendedoras se interesaron en el ciber y nos lo compraron. Nos habíamos quitado un gran gasto y continuamos con los arreglos de equipos en casa. A la vez me empezaron a salir trabajos de lo mío, de lo que me gustaba, yo soy jefa de cocina, con lo que mis socios me plantearon ocuparse ellos del negocio mientras yo me podía dedicar a mi verdadera vocación, y así lo hicimos. Pero el negocio no funcionó, y nos reunimos para ponerle solución. Afortunadamente un joven se interesó por mi cartera de clientes, y se la vendí.

de repente se produjo el boom en todos los domicilios, con lo no le dimos importancia gastos. También llegó la época bajaron mucho los precios de tiendas PC City. Algunos ciber

nosotros también nos iba a tocar

emprendedoras se interesaron en el

Situación Actual

Actualmente, estoy intentando montar el primer restaurante sin barreras físicas para todo tipo de públicos. He conseguido el apoyo de todas las asociaciones de discapacitados. Monté una sociedad limitada, y solicité todas las licencias necesarias, pero no conseguía financiación. Cuando la conseguí, me separé de mi marido, con lo que las entidades financieras me retiraron su apoyo ya que no tengo otra nómina con la que avalar el proyecto.

Factores decisivos

El factor determinante fue el boom informática. Llegaron pisando muy bajos, con lo que dejamos de momento que te salía mucho más nuevo en una gran superficie que También mis socios no supieron llevar el estar tan encima de la empresa.

"Mis socios no supieron llevar el timón en el momento en que dejé de estar tan encima de la empresa"

de las grandes tiendas de fuerte, poniendo los precios ser competitivos. Era un barato comprarte un equipo arreglarlo.

timón en el momento en que dejé de

¿Por qué se decidió por este sector?

Pues por mis socios. Mi marido y nuestro amigo se movían en el mundo de la informática. Eran técnicos y webmaster, con lo que ellos tenían claro el sector y lo conocían. Yo tuve que "estudiar" mucha informática para conocer el mundo en que me metía.

¿Qué habrías hecho de otra manera?

Pues a día de hoy no hubiese dejado la oficina, debería haber sido mas fría. No me arrepiento de nada, pero en aquel momento el ciber estaba montado e iba bien. Pero me dejé llevar por mis socios y dejé la oficina en el centro. Algo que visto años más tarde no debería haber hecho.

Disponer de oficina en el centro histórico tiene un punto a favor y otro en contra. El punto a favor para nuestro negocio es el tipo de clientes, ya que hay muchos profesionales liberales en el centro, con lo que los teníamos muy cerca. El punto negativo es el aparcamiento, ya que más de una vez hemos tenido torres de ordenador en la acera de la calle vigilándolas la portera del edificio, mientras llegaba la furgoneta o un cliente a recogerlas.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa ahora?

Hay que tener la cabeza fría. Montar un negocio es muy bonito, pero no pongas el corazón antes que la cabeza, porque lo pasarás mal. Hay que poner en una balanza los puntos a favor y en contra antes de empezar y luego planificarlo todo. Es fundamental tener un plan de negocio muy bien elaborado.

¿Qué consejos darías a alguien que crea una empresa en tu mismo sector?

El servicio que ofreces debe ser el que finalmente das. Es muy importante ofrecer un buen producto y ser un buen profesional. También indispensable que la gente que trabaje contigo trabaje bien. Siempre tienes que darle al cliente lo que te pida y algo más. Si eres más barato pero no le das todo lo que te pide, al final le saldrás caro.

“El centro histórico tiene un punto en contra, el aparcamiento”





Unidad de Emprendedores
C/Victoria, 12
Pasaje Clavero 29012 Málaga
Tel: 952 21 45 29 / Fax: 952 21 45 39
emprendedores@malaga.eu
www.malaga.eu



AJE Málaga
C/Cuarteles, 39 1º C
29002 Málaga
Tel: 952 22 50 45 / Fax: 952 60 96 27
info@ajemalaga.org
www.ajemalaga.org

MANUAL ÉXITOS



PRÁCTICO FRACASOS



FEDER Interreg III A
España - Marruecos

DE EMPRESARIALES

