

Píldoras Emprendedoras

15 casos para fomentar el espíritu emprendedor
entre los universitarios

Colección manuales uex - 96

Antonio

Chamorro Mera

F. Javier

Miranda González

Sergio

Rubio Lacoba

96

PÍLDORAS EMPRENDEDORAS
15 CASOS PARA FOMENTAR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR
ENTRE LOS UNIVERSITARIOS

MANUALES UEX

96

ANTONIO CHAMORRO MERA
FRANCISCO JAVIER MIRANDA GONZÁLEZ
SERGIO RUBIO LACOPA

PÍLDORAS EMPRENDEDORAS
15 CASOS PARA FOMENTAR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR
ENTRE LOS UNIVERSITARIOS



2014

Este libro ha sido elaborado a través de un proyecto de innovación docente financiado por el Vicerrectorado de Calidad e Infraestructura de la Universidad de Extremadura durante el curso académico 2012/13.



© Los autores
© Universidad de Extremadura para esta 1ª edición

Edita:

Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones
C/ Caldereros, 2 - Planta 2ª. 10071 Cáceres (España)
Tel. 927 257 041 ; Fax 927 257 046
E-mail: publicac@unex.es
<http://www.unex.es/publicaciones>

ISSN 1135-870-X

ISBN de méritos 978-84-697-1979-4

Maquetación: Control P - Cáceres - 927 233 223 - www.control-p.eu

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

ÍNDICE

ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN: EMPRENDER DESDE LA UNIVERSIDAD	9
1	¿QUÉ SON LAS PÍLDORAS EMPRENDEDORAS?	13
2	CASOS	15
	Academia Biblos: Algo más que una academia	15
	Ceramics 3D, design, develop, discover: Spin-off universitaria	18
	Ecoambientis: Especialistas en gestión medioambiental	21
	Elaborobot: Mucho más que jugar	24
	Eurolimpiezas Pacenses: El valor de las personas	26
	Generación: Consultora joven pero sobradamente preparada	29
	Iberaqua ingeniería y servicios: Expertos en gestionar el agua	32
	Ideario marketing: Imaginación al servicio de los clientes	35
	Incyma: Emprender desde las ciencias ambientales	38
	Innova consulta: Formación y consultoría empresarial	40
	Marketinn: Consultoría en marketing e innovación	43
	Pixel ratio: Videojuegos y Apps made in Extremadura	46
	Quercus cerveza artesana: Con el sabor de Extremadura	49
	Speaker's corner: Emprendimiento social	52
	Teaching building: La arquitectura socialmente responsable	55

Í N D I C E

3	RETRATO ROBOT DEL EMPRENDEDOR IDEAL	59
4	LECCIONES CLAVE ANTES DE INICIAR UN PROYECTO EMPRENDEDOR	61
5	EL MAPA DEL TESORO PARA LOS EMPRENDEDORES EXTREMEÑOS	63

INTRODUCCIÓN:

EMPRENDER DESDE LA UNIVERSIDAD

Según el Informe GEM¹, la tasa de actividad emprendedora en España en 2012 se situó en el 5,7%; es decir, casi 6 de cada 100 españoles adultos estaban involucrados en iniciativas empresariales, incluido el autoempleo, que aún no sobrepasaban los 42 meses de vida. Son los denominados emprendedores nacientes (menos de 3 meses de antigüedad) y emprendedores nuevos (entre 3 y 42 meses). Por otro lado, la tasa de emprendedores potenciales se situó en un 12,05%; lo que quiere decir que 12 de cada 100 españoles manifestaron su intención de emprender una iniciativa empresarial o el autoempleo en los próximos 3 años. Aunque son niveles similares a la de los países de nuestro entorno, se considera que el fomento del emprendimiento es uno de los mayores retos de las políticas gubernamentales en el actual contexto de crisis económica y alta tasa de desempleo.

El Proyecto de **Ley de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización**² reconoce esta necesidad en su exposición de motivos, al indicar que: *“uno de los graves problemas de la economía y sociedad española es la alta tasa de desempleo juvenil, que para el caso de los menores de 25 años duplica la media de la UE-27. Las causas de ello hay que buscarlas, además de en algunas deficiencias que han venido caracterizando a nuestro modelo de relaciones laborales, en la ausencia de una mayor iniciativa emprendedora entre los más jóvenes que haya llevado, ante la falta de oportunidades de trabajo por cuenta ajena, a unos mayores niveles de autoempleo capaces, a su vez, de generar más empleo. Para invertir esta situación, es necesario un cambio de mentalidad en el que la sociedad valore más la actividad emprendedora y la asunción de riesgos. La piedra angular para que este cambio tenga lugar es, sin duda, el sistema educativo”*. El citado informe GEM también se expresa en este sentido indicando que *“nuestra sociedad debe afrontar el salto cualitativo para aspirar a un nuevo modelo de comportamiento en el que la cultura emprendedora tenga menos fisura y pueda impulsar un emprendimiento más ambicioso”*.

Para provocar este cambio de cultura en la sociedad española juega un papel estratégico el sistema educativo, en todos sus niveles. Se habla de **educación en emprendimiento** para hacer referencia a las medidas educativas que pretenden que los niños y jóvenes adquieran, a través del sistema educativo, las competencias y habilidades requeridas para emprender. El *Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España*³ realiza un diagnóstico

1. GEM (2013). Informe GEM España 2012. Elaborado por Global Entrepreneurship Monitor. Disponible en: <http://www.gem-spain.com>.

2. Boletín Oficial de las Cortes Generales de 3 de julio de 2013. Disponible en: <http://www.congreso.es>.

3. ESADE (2011). *Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España*. Disponible en <http://www.esade.edu/research-webs/esp/eei/investigacion>.

del *entrepreneurship* en nuestro país y concluye, entre otras cosas, diciendo que “*los jóvenes españoles no sienten suficientemente que se les haya educado para emprender*”. Por este motivo, señalan que sería necesario que los profesores “*tengan herramientas y materiales adecuados para enseñar sentido de la iniciativa y espíritu de empresa, a la vez que fomentaran la interacción de sus alumnos con emprendedores locales*”.

La importancia de la Universidad en este proceso ha sido reconocida por la propia Unión Europea. En el documento elaborado por la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, en diciembre de 2006 y titulado “*Iniciativas emprendedoras en la Universidad Española*”⁴ se reconoce que:

“En los últimos años, la Unión Europea, consciente de que padece un déficit empresarial en comparación con Estados Unidos, ha venido considerando que el fomento del espíritu emprendedor es clave en la creación de empleo y en la mejora de la competitividad y el crecimiento económico. Por ello se ha instado a los Estados miembros a fomentar el espíritu emprendedor en sus sistemas educativos, pidiéndoles iniciativas para promover la cultura empresarial desde el ámbito educativo.

A partir del Consejo Europeo de Lisboa de marzo de 2000, la educación en el espíritu emprendedor ha sido definida como el motor para una cultura empresarial más dinámica. En esta línea, la Carta Europea de las pequeñas empresas, adoptada en junio de 2000, incluyó entre los compromisos de los países miembros, la promoción del espíritu emprendedor. También, el Consejo de Ministros de Educación de la Unión Europea, de febrero de 2001, señaló entre los objetivos futuros de los sistemas educativos, el refuerzo de los vínculos entre instituciones educativas y empresas, así como el desarrollo del espíritu de empresa en la educación y en la formación.

...Las actuaciones en el ámbito de la universidad emprendedora forman parte de la estrategia global de nuestro gobierno para lograr los objetivos de Lisboa... La universidad debe promover el conocimiento de la actividad empresarial, en tanto que generadora de la producción, del empleo y del crecimiento económico, y también debe proporcionar a los estudiantes las habilidades y capacidades necesarias para la creación y gestión de empresas. Por otra parte, la función de transferencia de conocimientos de la universidad supone que ésta debe implicarse en el proceso de generación de innovaciones en el mercado”.

En este mismo sentido, el citado Proyecto de Ley de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización reconoce que “*para fomentar la cultura del emprendimiento resulta necesario prestar especial atención a las enseñanzas universitarias, de modo que las universidades lleven a cabo tareas de información y asesoramiento para que los estudiantes se inicien en el emprendimiento*” y establece el mandato de que “*las universidades fomentarán la iniciación*

4. Ministerio de Industria (2011). Iniciativas emprendedoras en la Universidad Española. Disponible en: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/EstudioIniciativasEmprendedoras.pdf>.

de proyectos empresariales, facilitando información y ayuda a los estudiantes, así como promoviendo encuentros con emprendedores”.

Se pone de manifiesto, por tanto, la necesidad de transformar la universidad tradicional hacia una **universidad emprendedora**. Se trata de una universidad que combina e integra las tradicionales actividades de educación e investigación con la contribución al desarrollo económico y social. En concreto, una universidad emprendedora planifica y ejecuta actividades en el ámbito del emprendimiento a través de cuatro actividades: investigación, enseñanza, apoyo al desarrollo de empresas y formación y consultoría. Además, los destinatarios de estas acciones deben ser muy diversos: desde los estudiantes actuales hasta personas emprendedoras ajenas inicialmente a la universidad, pasando por los propios investigadores que deben transferir conocimiento a la sociedad y por los propios profesores que deben inculcar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes. En este sentido, el *Simpósio de Educación Emprendedora en la Universidad*⁵, organizado por la *Fundación Universidad-Empresa* en 2012, ya puso de manifiesto en sus conclusiones que *“en la actualidad los cuadros docentes carecen, por lo general, de la motivación necesaria para transmitir a sus estudiantes la pasión por el emprendimiento”*.

En los últimos años, sin embargo, se han desarrollado múltiples iniciativas en el ámbito de la universidad emprendedora, tal y como se recopilan en el informe *“Educación Emprendedora: Buenas Prácticas en la Universidad Española”*. Las buenas prácticas se han clasificado siguiendo un conjunto de diez categorías que incluyen formación no curricular, formación curricular, centros intensivos de emprendimiento, emprendimiento de base tecnológica, cátedras de emprendimiento, premios y concursos, programas internacionales y de movilidad, plataformas virtuales para el emprendimiento, redes de networking, además de colaboraciones u otras iniciativas.

Sin embargo, muchas de estas propuestas tienen que consolidarse y potenciarse en los próximos años. El perfil medio del emprendedor español pone de manifiesto que la formación universitaria está aún lejos de estimular la actividad emprendedora entre sus egresados. Por ejemplo, según los resultados del estudio del GEM (2013), el emprendedor tipo en nuestro país es un hombre, de algo más de 38 años con estudios secundarios. Este hecho también se refuerza con los datos del *Estudio de Inserción Laboral* de la Universidad de Extremadura⁶ que pone de manifiesto que solo un 5% de los egresados universitarios que están trabajando al cabo de 3 años lo hacen por cuenta propia.

*Como el contagio de
una enfermedad,
el contagio de la confianza puede
generar más confianza.*

Marianne Moore. Escritora

5. <http://www.fue.es/seeu/conclusiones.asp>.

6. <http://www.unex.es/organizacion/unidades/utec/funciones/insercion-laboral>.

I. ¿QUÉ SON LAS PÍLDORAS EMPRENDEDORAS?

Este libro tiene como finalidad general fomentar la cultura emprendedora entre los universitarios, de forma que perciban la creación de una empresa propia como una salida profesional adecuada tras finalizar sus estudios, haciéndolo de la manera más real y cercana posible. Se trata de sensibilizar al lector y suscitar su interés por el emprendimiento. Creemos que las acciones de sensibilización son necesarias para dar valor a la oferta de formación en emprendimiento que ya tienen las universidades. Esta sensibilización debe trabajar en dos direcciones:

- a) **Construir una imagen positiva** del emprendedor, pues según el *Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España*, ser emprendedor solo cuenta con un 48% de popularidad, frente al 73% de los EEUU o el 62% de Francia. Los jóvenes piensan que la sociedad valora mejor a los profesionales independientes (72%) o a los científicos y artistas (69%) que a los emprendedores/empresarios. Solamente los funcionarios están peor vistos.
- b) **Eliminar la percepción de dificultad** en el proceso de emprendimiento entre los jóvenes. Muchos ven el emprendimiento como algo bastante difícil para ellos, estando al alcance solo de unos pocos. Ello se debe en gran medida a un análisis del emprendimiento realizado exclusivamente desde la perspectiva del emprendedor ya consolidado y exitoso y, en la mayoría de los casos, ubicado en contextos geográficos muy alejados del joven.

Ser una persona emprendedora conlleva cualidades y competencias específicas, tales como la iniciativa, la autonomía, la adaptación a los cambios, la asunción de riesgos, la creatividad o el trabajo en equipo, etc. Algunas de ellas pueden considerarse innatas a la persona, pero otras pueden adquirirse y desarrollarse a lo largo de la vida; bien a través de la formación recibida o bien a través de la observación de la experiencia de los demás.

Las “**píldoras emprendedoras**” las definimos como medicamentos que estimulan la hormona del emprendimiento en el paciente (el estudiante) y consisten en breves casos de estudio en los que jóvenes emprendedores extremeños cuentan quiénes son, cuál es su proyecto, por qué y cómo decidieron emprender y, de esta forma, acaben dando un consejo a los futuros emprendedores. Para los estudiantes, estas “píldoras emprendedoras” sirven para conocer la experiencia de jóvenes emprendedores con características similares a ellos y surgidos en su mismo contexto. Estas experiencias cercanas al estudiante contribuyen a reducir los principales condicionantes que según el Libro Blanco anteriormente citado impulsan a los españoles a tomar la decisión de no emprender: miedo al fracaso, aversión al riesgo y falta de autoconfianza. El Libro destaca que el 45 % de los españoles tiene miedo al fracaso, que

no son proclives a tomar riesgos (tan solo el 12 % de ellos asegura ser arriesgado en sus decisiones) y se consideran poco creativos y que lo que les sucede está, en gran medida, determinado por otros o por la suerte.

Este libro, o “caja del medicamento”, recoge la historia de 15 emprendedores incipientes que se atrevieron a dar el paso de montar su propia empresa en Extremadura, en tiempos de crisis económica. Todos ellos han salido de las aulas universitarias y a todos ellos se les puede aplicar aquel eslogan de una marca de coches que se hizo famoso a mediados de los años 90: ***JASP, jóvenes aunque sobradamente preparados.***

Estas 15 píldoras emprendedoras constituyen un amplio abanico de casos. Algunos son de mujeres emprendedoras, otras de hombres. En unos casos el paso de emprender se dio en solitario y otros son casos de emprendimiento en equipo. Pueden encontrarse ejemplos de emprendedores que dieron el paso tras adquirir experiencia en el sector trabajando por cuenta ajena, mientras que en otros casos se emprendió casi desde el aula universitaria. También pueden leerse casos en los que los emprendedores tienen formación empresarial y otros muchos en los que proceden de estudios universitarios que nada tienen que ver con la gestión empresarial, desde la física hasta la arquitectura. Asimismo, se recogen casos de emprendimientos tanto en el sector industrial como en el sector servicios, incluyendo ejemplos de emprendimiento en sectores vinculados con las nuevas tecnologías.

Lógicamente son solo una pequeña muestra del emprendimiento juvenil, pero esperamos que su lectura encienda el deseo de emprender entre los estudiantes universitarios que tomen estas píldoras.



II. CASOS

1. ACADEMIA BIBLOS: ALGO MÁS QUE UNA ACADEMIA

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Academia Biblos
Año de fundación:	2005
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.academiabiblos.com www.biblosidioma.com



Cuando decidió estudiar Biblioteconomía, nada hacía presagiar que años después Mayte Batalla acabaría recibiendo el *Premio Emprendedor Badajoz 2012*, organizado por *El Periódico* y *Onda Cero*. Con un entorno familiar totalmente alejado del mundo empresarial, su caso podría ser un ejemplo de persona que se convierte en emprendedor sin quererlo, simplemente por los avatares de la vida. Sin embargo, Mayte reúne cualidades innatas propias del emprendedor, por lo que es probable que estudiase lo que estudiase y se dedicase a lo que se dedicase, acabaría por convertirse en emprendedora.

Como otros muchos jóvenes, comenzó dando clases particulares mientras cursaba sus estudios universitarios. Fue el aumento constante del número de alumnos el que le llevó a dar el paso de fundar en 2005 su propia academia. **ACADEMIA BIBLOS** se dedica al sector de la enseñanza privada, impartiendo inicialmente clases de refuerzo a alumnos de Primaria, ESO, Bachillerato y Universidad, así como pruebas de acceso a grados de formación profesional y de acceso a la Universidad (Selectividad, Mayores de 25 y Mayores de 45).

Pero, como le gusta indicar a Mayte, no se trata de una academia al uso, tradicional. En **ACADEMIA BIBLOS** existe una clara vocación de servicio y orientación hacia las necesidades de sus clientes, lo cual se demuestra en su propia organización y en las acciones que lleva a cabo. Se pueden destacar las siguientes características diferenciadoras:

- Atención personalizada a los alumnos. Los grupos nunca superan los 4 alumnos y, si alguno lo necesita, se le imparten horas extras individualizadas. *“Nos esforzamos en que los alumnos consigan sus objetivos, bien sean aprobar una asignatura o un curso o bien sacar la máxima nota para acceder a la carrera que desean y, por ello, hacemos los grupos lo más homogéneos posibles”.*

- Equipo profesional. Está formada por un equipo con mucha experiencia docente y que *“año tras año, tratamos de no anquilosarnos y renovar nuestros materiales. El hecho de usar siempre los mismos da lugar a que los profesores caigamos en la rutina y nos aburramos en el trabajo”*.
- Nuevas tecnologías. El uso de las nuevas tecnologías para comunicarse con sus alumnos también les diferencia, *“pues atendemos y resolvemos dudas por WhatsApp, email y estamos presente en redes sociales como Twitter, Facebook y Tuenti”*.
- Organización de eventos especiales. Organizan seminarios periódicos monográficos, como el Taller de Sintaxis o el Taller de Formulación, así como “maratones” para la preparación de exámenes completos.
- Cuidado de los detalles. Como indica Teresa *“cuidamos mucho nuestra imagen: el color (naranja), la tipografía, el olor, caramelos, etc., la academia tiene hasta un perfume propio”*.

LA EMPRENDEDORA	
Nombre y apellidos:	M ^a Teresa Batalla Calvín
Lugar y fecha:	Badajoz, enero de 1981
Estudios cursados:	Diplomatura en Biblioteconomía Licenciatura en Documentación



El espíritu emprendedor de Mayte le lleva a seguir creciendo continuamente y plantearse nuevos retos. En 2012, da un paso más y crea **BIBLOS IDIOMAS**, que como era de esperar tampoco nace para ser una academia de inglés al uso. Se centran en la enseñanza de idiomas con un método de inmersión. *“Hemos adaptado el espacio dividiéndolo en zonas simulando la organización de los quirófanos: “zona de sucio” (donde está permitido hablar en español) y “zona de limpio” (donde está prohibido hablar en una lengua distinta a la que se pretende aprender). Nada más cruzar la línea de entrada de la academia se pueden ver carteles en inglés, alemán, francés, portugués, etc. así como encontrar periódicos y panfletos. Disponemos de una mediateca a disposición de aquellos alumnos que lo soliciten (libros, CD y DVD)”*. En **BIBLOS IDIOMA** se trabajan de forma global las cuatro habilidades básicas, hablar, leer, escribir y escuchar, para que el alumno no prepare una prueba o una materia concreta sino que aprenda el idioma en su conjunto (incluyendo aspectos sociales, políticos y culturales). Los alumnos firman un *“compromiso de idioma”* con el que se comprometen a escuchar la radio, leer periódicos y ver películas en el idioma que están estudiando. Otro de los servicios innovadores ofrecidos son *“las tardes de conversación acompañadas de café y dulces”*, donde se charla sobre temas muy variados y a las que puede asistir cualquier persona, aunque no sea alumno de la academia.

Pero **BIBLOS IDIOMA** no es el final del camino. Como buena deportista que es, Mayte siempre se marca metas nuevas. En su agenda ya hay nuevas ideas de servicios para ofrecer a sus estudiantes y nuevos proyectos para crecer, como expandir su experiencia a la ciudad de Cáceres.

Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

Era la primera emprendedora en una familia de funcionarios públicos y el hecho de ser joven y no haber acabado la carrera hizo que nadie (o casi nadie) confiara en mí. Recuerdo cómo mis amigos se rieron la primera vez que les mencioné que había comprado el nombre de dominio para la web de la academia. Fue el primer paso que di.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Parecerá un poco cursi pero el llevar siempre presente el lema de mi colegio, Sagrada Familia, “trabajo, fe y amor”. Creo que hay que trabajar día y noche, que no te importen las horas que se echen y hacerlo todo de la mejor forma posible. Fe, al margen de cualquier creencia religiosa, hay que tener siempre fe en uno mismo y en el proyecto y tener siempre la autoestima alta y la creencia de que nuestra empresa es única, Y amor, obrar siempre de buena fe, sin avaricia y no explotar nunca a la gente que trabaja para ti.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Que siempre se emprenda empezando por poco, reduciendo al máximo los gastos y comenzar la actividad cuanto antes, ya se irá ampliando toda la infraestructura (local, personal, tecnología, etc.) cuando se tengan más recursos. Otro consejo es que empiecen a ACTUAR; a veces muchas empresas no ven la luz porque se decae en los preparando proyectos, presupuestos, papeles, etc. Hay que buscar una buena asesoría que se encargue de todo el tema legal y que dedicar todo el tiempo y esfuerzo en la puesta en marcha.

*La inspiración existe
pero tiene que encontrarte
trabajando.*

Pablo Ruiz Picasso. Pintor español

2. CERAMICS 3D, DESIGN, DEVELOP, DISCOVER: SPIN-OFF UNIVERSITARIA

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Ceramics 3D Design, Develop, Discover
Año de fundación:	2011
Socios:	Antonia pajares Vicente Ángel Luis Ortiz Seco Fernando Guiberteau
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.ceramics3d.com



Tras terminar su Licenciatura en Física en 1999, Pedro Miranda tenía claro que quería dirigir su trayectoria profesional al mundo de la investigación y la enseñanza universitaria. Su excelente trayectoria académica (2º Premio Nacional de Física en el año 2000), le permitió obtener una beca de investigación y posteriormente, iniciar su carrera docente en la Universidad de Extremadura, donde desde el año 2009 ocupa una plaza de Profesor Titular de Universidad en Departamento de Ingeniería Mecánica, Energética y de los Materiales, impartiendo docencia en la Escuela de Ingenierías Industriales de la UEx en Badajoz

En el año 2005, tras obtener una de las prestigiosas Becas *Marie Curie International Outgoing Fellowship* de la Comunidad Europea, realiza una estancia de un año en el *Lawrence Berkeley National Laboratory* lo que le permite conocer los últimos avances en materiales cerámicos y su aplicación en medicina.

Tras su regreso a España y viendo las enormes posibilidades comerciales de este tipo materiales en el sector sanitario, decide constituir **CERAMICS 3D**, spin-off universitaria que surge para la explotación industrial de los resultados de investigación del *Grupo Especializado de Materiales* (GEMA) en este campo.

El entusiasmo de Pedro convence a varios investigadores del grupo (Antonia Pajares, Ángel Luis Ortiz y Fernando Guiberteau) a embarcarse en la aventura empresarial.

Se denominan como “Spin-Off Universitarias” a las empresas de nueva creación que surgen de la iniciativa de algún miembro de la comunidad universitaria partiendo de trabajos investigadores con un componente científico-tecnológico llevados a cabo en el seno de la Universidad.

Las empresas “Spin-Off” que surgen de las universidades ayudan a transferir el conocimiento y la investigación científica al mundo empresarial, buscando su aplicación directa en los procesos productivos y su comercialización, siendo uno de los resultados de las

políticas de transferencia tecnológica entre la Universidad y la empresa, ya que permiten la capitalización de la investigación académica, traduciéndola en valor empresarial.

Los conocimientos avanzados de sus socios fundadores en el ámbito de la Ciencia e Ingeniería de Materiales, en general, y en el de las propiedades y procesado de cerámicos, en particular, constituyen uno de los más importantes activos empresariales de **CERAMICS 3D**.

Se trata de una empresa joven pero en rápida expansión, que conserva aún fuertes lazos con su institución progenitora, la Universidad de Extremadura, con la que mantiene activos convenios de colaboración.


CERAMICS 3D es una empresa de base tecnológica, que centra su actividad en el desarrollo y comercialización a nivel nacional e internacional de materiales cerámicos y compuestos de matriz cerámica innovadores. La especialidad de la compañía, que inspira su denominación, es el diseño y fabricación de estructuras cerámicas tridimensionales con geometría externa y arquitectura de poros controlada, mediante técnicas de conformado libre.

Este tipo de estructuras, cuando se fabrican a partir de fosfatos cálcicos o biovidrios, tienen utilidad como andamiajes para ingeniería de tejido óseo e implantes para medicina regenerativa, por lo que su comercialización se orienta sobre todo hacia odontólogos y cirujanos ortopédicos y maxilofaciales y/o empresas suministradoras del sector.

Otras aplicaciones de este tipo de estructuras (cuando se fabrican a partir de otros materiales) son como soportes para catálisis, filtros de alta temperatura, etc. Además, **CERAMICS 3D** presta servicios de peritaje y asesoría profesional en ámbitos relacionados con la ciencia e ingeniería de materiales a todo tipo de industrias e instituciones.

Como nos indica Pedro Miranda, el motivo de poner en marcha la empresa no fue otro que *“el convencimiento de la utilidad práctica y posibilidad de comercializar los materiales desarrollados en el curso de nuestros trabajos de investigación recientes”*.

EL EMPRENDEDOR	
Nombre y apellidos:	Pedro Miranda González
Lugar y fecha:	Badajoz, octubre de 1976
Estudios cursados:	Licenciatura y Doctorado en Físicas



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

En primer lugar nuestra completa ignorancia sobre el proceso de creación y gestión de empresas, dado que nuestros conocimientos científicos se encuentran muy alejados del mundo de la empresa y de las dificultades que supone la gestión de la misma. Y en

segundo lugar, la complejidad burocrática a la hora de obtener la autorización por parte de la Universidad para constituirnos como Spin-Off, pese a contar con el asesoramiento que la UEx ofrece para llevar a cabo este proceso, no deja de ser un proceso lento y complejo, especialmente, para personas como nosotros sin conocimientos previos sobre dirección y gestión de empresas

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Confianza en uno mismo para hacer frente a las dificultades iniciales de puesta en marcha de la empresa; creatividad para proponer nuevas soluciones a problemas existentes en el mercado; y mentalidad práctica para seguir adelante aun cuando la solución adoptada pueda no ser la óptima, pero sí lo suficiente para no quedarse parado.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Cree que tu sueño es posible y trabaja para hacerlo realidad. La confianza en la idea de negocio y el esfuerzo constante para alcanzar ese sueño es lo que mejor puede contribuir al éxito de cualquier iniciativa empresarial.

*Lo que conduce
y arrastra al mundo
no son las máquinas,
sino las ideas.*

Víctor hugo. Escritor francés

3. ECOAMBIENTIS: ESPECIALISTAS EN GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	ECOAmbientis
Año de fundación:	2009
Ubicación:	Almendralejo (Badajoz)
Web:	www.ecoambientis.com



Muchos jóvenes universitarios sueñan con encontrar un buen puesto de trabajo en una gran ciudad y poder así abandonar el entorno más rural en el que han vivido. No es el caso de María Piedad y Rocío Moreno, todo lo contrario. En 2009, estas dos hermanas, apasionadas del medio ambiente, decidieron volver a su pueblo natal y fundar **ECOAMBIENTIS**.

María Piedad había rechazado continuar trabajando en una consultora ambiental de ámbito nacional y mientras buscaba trabajo sin éxito durante varios meses comienza a plantearse la posibilidad de quedarse en Almendralejo y trabajar por su cuenta. La idea se transforma en un proyecto real cuando se une a ella su hermana menor, Rocío, que hasta entonces había estado trabajando en el Departamento de Calidad y Medio Ambiente de una empresa química nacional. El paso dado conllevaba sus riesgos, pero a cambio ganaban *“poder desarrollarnos profesionalmente, para lo que nos habíamos preparado académicamente, en nuestra propia localidad”*.

ECOAMBIENTIS es una empresa del sector de la consultoría medioambiental que se dirige tanto a entidades públicas como privadas, *“trabajando siempre de manera específica, estudiando con detalle tanto al cliente como las necesidades del servicio solicitado, de esta forma podemos conocer la realidad del caso y con ello, ofrecer las mejores soluciones al respecto”*. Para **ECOAMBIENTIS** no existen proyectos grandes o pequeños. En todos se involucran al máximo para *“ayudar a garantizar la viabilidad del proyecto y su calidad aportando ideas, soluciones y herramientas eficaces y eficientes, enfocadas a las características del mismo”*. El abanico de servicios ofertados incluye los siguientes:

- Asesoría medioambiental general.
- Redacción de Estudios de Impacto Ambiental, autorizaciones ambientales, Informes de Sostenibilidad Ambiental, y Planes de Vigilancia Ambiental.
- Diseño, implantación, mantenimiento y auditoría interna de Sistemas de Gestión de la Calidad y el Medio Ambiente.
- Desarrollo de Memoria de Sostenibilidad.
- Gestión de Residuos.

- Desarrollo de Agendas 21.
- Estudios de eficiencia energética.
- Diseño de proyectos de arquitectura e ingeniería general y sustentable.
- Educación Ambiental: Elaboración de programas, impartición de jornadas y cursos.

Esta última línea de actuación la consideran fundamental para el desarrollo futuro de su negocio y por eso decidieron crear en 2012 un blog propio, *La Isla de las Salamandras Azules*. Se trata de un lugar de encuentro para la difusión, información y sensibilización medioambiental. Cada semana se puede encontrar en él información de interés, artículos, consejos, reflexiones,... y hasta recomendaciones de películas, libros o música, relacionadas con la protección del entorno natural.

Como expertas en calidad, María Piedad y Rocío han establecido la *mejora continua* como la base de la filosofía de la empresa. Eso se traduce en dos principios de actuación concretos: la formación y la cooperación. Por un lado, mantienen una formación constante en diferentes áreas y sectores con el objetivo *“tanto de ofrecer las mejores técnicas en nuestro sector como de conocer aquellos a los que nos dirigimos y con ello, afinar aún más nuestro saber hacer.”* Y por otro lado, creen en la colaboración entre profesionales y, por ello, *“la procuramos y facilitamos, para que de la aportación de lo mejor de cada uno surjan proyectos integrales, basados en la calidad, la sustentabilidad y la eficiencia”*.

LAS EMPRENDEDORAS

Nombre y apellidos:	María Piedad Moreno Sánchez
Lugar y fecha:	Almendralejo, agosto de 1982
Estudios cursados:	Licenciada en Ciencias del Mar
Nombre y apellidos:	Rocío Moreno Sánchez
Lugar y fecha:	Almendralejo, junio de 1986
Estudios cursados:	Licenciada en Ciencias Ambientales



La protección del medio ambiente es mucho más que un trabajo para María Piedad y Rocío. Es una pasión que se refleja en su día a día y que hace que *“en muchas ocasiones me entretengo pensando en soluciones eficientes para pequeños o grandes problemas ambientales”*. Para ellas la creatividad debe estar siempre encendida y cualquier hecho cotidiano rutinario para el resto de las personas se puede convertir en un posible proyecto a desarrollar en **ECOAMBIENTIS**. Como anécdota, cuentan cómo cada vez que se paran en un semáforo se preguntan si merece la pena apagar el motor del coche para ahorrar combustible y contaminar menos. *“Siempre me surge la duda cuando llego a un semáforo en rojo: ¿cuánto tiempo lleva así?, ¿cuánto le quedará?, ¿son de los que duran mucho o poco?”*

Así un día surgió la idea: ¿por qué no poner un dispositivo que indique el tiempo de permanencia del círculo rojo ayudando a los conductores a decidir si es buena idea apagar o no el motor? Y no tiene que ser complicado o sofisticado, igual que se pone un reloj para avisar a los peatones, se puede utilizar el mismo sistema para los conductores,...al final investigué y descubrí que ya existen varios proyectos que se están probando". En aquella ocasión los pensamientos no fueron a más, pero en otras sí y dan lugar, por ejemplo, al "poco ortodoxo sistema de recogida de agua que tengo en casa".

Según vuestra experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que habéis tenido que hacer frente?

Dar a conocer el trabajo de una consultoría medioambiental y encontrar que la competencia es diferente en Extremadura, es decir, no contábamos con la competencia de profesionales de otros sectores. Sin embargo, a través de la colaboración hemos logrado paliar su efecto.

¿Qué habilidades personales consideráis clave para emprender?

La capacidad de resolver problemas y situaciones, buscando alternativas y aportando soluciones sin perder la calma.

Y ¿qué consejo os atrevéis a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

No existe un camino fácil, sea cual sea su opción en el mundo laboral (emprender, optar, trabajar por cuenta ajena), la clave del éxito es el trabajo duro y la perseverancia. Si crees en algo sólo hay que buscar la manera de llevarlo a cabo.

*Estoy convencido
de que la mitad de lo que separa
a los emprendedores exitosos
de los que no triunfan
es la perseverancia.*

Steve Jobs. Fundador de Apple

4. ELABOROBOT: MUCHO MÁS QUE JUGAR

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Aula de Robótica Educativa Elaborobot ¹
Año de fundación:	2012
Ubicación:	Almendralejo (Badajoz)
Web:	http://elaborobot.wordpress.com



Cientos de miles de niños de varias generaciones hemos jugado con las piezas de los Legos o los Meccanos. Pero para Raúl Lopezosa realizar construcciones o robots con ellos es mucho más que un juego de la infancia, es el medio para fomentar vocaciones tecnológicas y desarrollar conocimientos y habilidades, como la creatividad, la psicomotricidad, el trabajo en grupo, el aprendizaje autónomo, o la comunicación oral. Por eso en 2012, y tras varios trabajos por cuenta ajena, creó el Aula de Robótica Educativa **ELABOROBOT**, en Almendralejo.

Este proyecto se desarrolla dentro de la Fundación Ruy López y consiste en ofrecer un conjunto de actividades extraescolares para desarrollar habilidades que no se fomentan habitualmente en la educación reglada de los colegios e institutos. El objetivo de **ELABOROBOT** es acercar a sus alumnos, ya sean jóvenes o adultos, a la ciencia y la tecnología. Construyendo robots se trabajan disciplinas como la mecánica, la física, el montaje, el dibujo técnico, la programación o el magnetismo. Pero todo ello de forma divertida, en un contexto de ocio, totalmente diferente al de un colegio, donde las clases “no son tales, son más bien sesiones de juego para ellos” y donde “ellos no lo saben, ...pero están aprendiendo”.

Para muestra, una de las actividades que se realizan por parejas de alumnos. Uno de ellos ejerce de “programador” y otro simula ser un “robot” que cumple las órdenes. El primero selecciona una construcción determinada de un catálogo y debe ir dando las instrucciones precisas para que el otro alumno, que dispone de una gran caja de piezas, pueda reproducir la construcción elegida. El narrador no ve lo que está haciendo su compañero “robot”, y este no puede hablar nada excepto “me he perdido, vamos a empezar”. De esta forma, ambas partes deben confiar que la otra está haciendo lo correcto y así van entendiendo la importancia de hablar y expresarse correctamente, de tener empatía, y de saber escuchar. Pero, como indica Raúl, también “hay días que tienen clase libre en el que los alumnos hacen un ejercicio de creatividad, permitiendo que hagan trabajos libres, de tal forma que ellos investigan y se equivocan, encauzando otra vía de aprendizaje”.

Pero la diversión no acaba en el aula. Junto con otros centros similares de otras ciudades, los alumnos de **ELABOROBOT** participan todos los años en la *FIRST Lego League Extremadura*, donde deben competir con el resto construyendo el robot que ellos mismos han diseñado. Los ganadores de la fase regional acuden a la fase nacional y éstos a la internacional. En 2012, su primera experiencia, el equipo de Raúl alcanzó el triunfo regional.

Para Raúl es todo un orgullo ir viendo los avances de sus muchachos y comprobar que no se equivocó al emprender este proyecto. No sabe por qué lo hizo, pero no se arrepiente; *“nunca me he planteado las razones por las que he emprendido. Cuando lo he hecho ha sido porque me ha apetecido, he visto la oportunidad, y he decidido hacerlo”*. De hecho, actualmente trabaja como programador interino en la administración regional, pero sabe que su futuro no está en prepararse unas oposiciones, sino en desarrollar el proyecto de **ELABOROBOT** y otros que podrán surgir. En 2002 ya intentó poner en marcha una empresa que fracasó por discrepancias entre los socios. Y desde 2009, junto con varios amigos, impulsa la *Asociación Cultural CSI Badajoz*, que se dedica a dar servicios educativos y sociales utilizando como herramientas los juegos de mesa modernos.

EL EMPRENDEDOR	
Nombre y apellidos:	Raúl Lopezosa Morán
Lugar y fecha:	Almendralejo (Badajoz), octubre de 1973
Estudios cursados:	Ingeniero Técnico Informático



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

El efecto ‘sillón’, trámites burocráticos, y el pesimismo de gente cercana.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Sinceramente no creo tener ninguna habilidad personal, me considero mediocre, en el sentido de estar en la media. Lo que he tenido han sido ganas de hacer lo que he hecho. Como ejemplo de esta actitud suelo contar cómo conseguí mi primer trabajo. El 1 de febrero de 2002, estaba sin empleo y recordé que el 14 de ese mes es San Valentín. Durante la semana previa me dediqué a recorrer todas las floristerías de Badajoz (encontré más de 30) para ofrecerme como repartidor para el día de los enamorados. Entregaba simplemente un recorte de papel con mi nombre, mi teléfono y mi disposición. Una floristería me llamó dos o tres días antes para verme y conocerme mejor, y me preguntó: “¿Te dan miedo los muertos?” y yo le contesté “Más miedo me dan los vivos”. Me fichó para trabajar el día de San Valentín, pero al día siguiente me llamó de nuevo y me ofreció un trabajo como repartidor los fines de semana, para los servicios que tenía contratados con una funeraria.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Le diría: “no te lo plantees: investiga sobre lo que quieres hacer y luego decide si lo haces o no lo haces”.

Vale más actuar exponiéndose a arrepentirse de ello que arrepentirse de no haber hecho nada

Giovanni Bocaccio. Humanista italiano

5. EUROLIMPIEZAS PACENSES: EL VALOR DE LAS PERSONAS

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Eurolimpiezas Pacenses
Año de fundación:	1993
Socios:	4
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.eurolimpiezas.eu



Habitualmente cuando hacemos referencia a los emprendedores pensamos en aquellos que desarrollan su idea y construyen su empresa desde cero. Sin embargo, también existen los *intra-emprendedores*, aquellas personas que desarrollan su vocación emprendedora desde una empresa ya constituida, haciéndolas más grandes y ampliando sus áreas de actividad con nuevos proyectos. Es el caso de Juan de Dios Parra y **Eurolimpiezas Pacenses**, la empresa familiar creada en 1993 por su padre, Manuel Parra Parra, a la que se incorporó en 2008 como director y en la que también trabaja codo con codo con su hermano Manuel. Se trata de una empresa que tiene como misión “*crear y mantener ambientes limpios y saludables*” y que “*aspira a ser un referente a nivel nacional en la gestión de la limpieza*”.

Como buen emprendedor, una de sus características es la observación de los cambios que se producen a su alrededor y la detección de las oportunidades que conllevan. Ello le ha llevado, por ejemplo, a introducir la línea de negocio *Eurolimpiezas Home* tras la aprobación del *Real Decreto 1620/2011, por el que se regula la relación laboral de carácter especial del servicio del hogar familiar*, coloquialmente conocida como ley de los empleados de hogar. De esta forma, la empresa además de ofrecer sus servicios a empresas y administraciones públicas también se dirige a particulares evitando los inconvenientes de contratar legalmente a sus empleados de hogar.

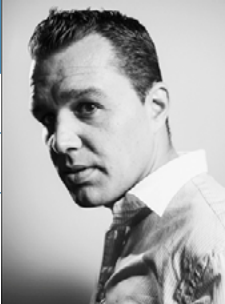
Antes de incorporarse a la dirección de la empresa familiar, Juan comenzó siendo relaciones públicas de varios bares de copa en la ciudad de Badajoz y, posteriormente, montó dos establecimientos propios. Con ellos obtuvo algunos éxitos, pero también conoció parte del fracaso que suele convivir con los emprendedores. Aun así, Juan sabe extraer el lado positivo de estas situaciones: “*no importa lo que hayas hecho en el pasado, sino lo que hagas hoy y de aquí en adelante; no hay nada ni bueno ni malo, todo es un aprendizaje*”. “*El transformar esta derrota en aprendizaje ha sido mi mayor victoria*”.

Por otro lado, Juan es un apasionado de las relaciones personales y de su gestión en las organizaciones. No en vano, tras estudiar Ciencias Empresariales en la Universidad de

Extremadura, se ha especializado en *coaching* a través del *Certified Trainer en Relaciones Humanas y Comunicación Eficaz* en Dale Carnegie Training y de la Escuela Superior de Coaching. Así se atreve a declarar que *“tengo el convencimiento de que las personas son el pilar fundamental de la empresa, por eso creo y confío en ellas, pero lo más importante es demostrarlo. Trabajar con personas en lo más gratificante dentro la organización porque me permite crecer como persona y profesional”*. A partir de esta formación, fundó **Deparra Personal Development** que le permite compaginar su trabajo en **Eurolimpiezas** con proyectos más personales, de formación y *coaching* para de desarrollo de negocio y de personas. Como ha indicado en alguna entrevista, el *coaching* *“te ayuda a tener conciencia de dónde estás y adónde vas, te permite pensar de forma diferente y te ayuda a superar esas barreras que te impiden ver el objetivo”*.

Su pasión por las relaciones personales también la ha trasladado a **Eurolimpiezas**, consiguiendo que sea la primera empresa extremeña certificada por AENOR como empresa socialmente responsable. De hecho, de los aproximadamente 200 empleados de la empresa, más del 15% suele ser empleados con alguna discapacidad a los que se les integra socialmente con el empleo. También destaca la creación de la **Fundación Eurolimpiezas**, cuyo fin principal es la integración social y la mejora de la calidad de vida de las personas más desfavorecidas de Extremadura, junto con el cuidado del medio ambiente. A través de ella la empresa desarrolla cenas benéficas, recaudación de fondos para comedores sociales, actividades de integración de niños en riesgo de exclusión o plantación de árboles.

EL EMPRENDEDOR	
Nombre y apellidos:	Juan de Dios Parra Valencia
Lugar y fecha:	Badajoz, diciembre de 1983
Estudios cursados:	Diplomatura en Ciencias Empresariales, Executive MBA y formación diversa en Coaching Ejecutivo.



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

La primera barrera que encontré era yo mismo, mis propias creencias que me limitaban crecer y ayudar a crecer a los demás. La educación, la sociedad y la familia nos condicionan en nuestra forma de emprender y enfrentarnos a nuevos paradigmas, tenemos que aprender a afrontar las situaciones de forma diferente, con un conocimiento de nosotros y nuestro entorno.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

La principal habilidad estaría encuadrada dentro de las habilidades sociales. Saber colaborar y trabajar con otras personas

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Ideas infinitas, hacerlas viables es lo que nos pasa de emprendedor a empresario. Emprender es una actitud proactiva al cambio y la incertidumbre, por lo que el primer consejo sería preguntarle: ¿cuándo tengas 75 años a que te gustaría haber dedicado tu tiempo? Y a lo que me responda le animaré a que lo lleve a cabo con pasión y entusiasmo, que son los motores que nos mueven.

*Está bien celebrar
el éxito,
pero es más importante prestar
atención a las
lecciones del fracaso*

Bill Gates. Fundador de Microsoft

6. GENERACIÓN: CONSULTORA JOVEN PERO SOBRADAMENTE PREPARADA

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Generación, S.L.
Año de fundación:	2008
Socios:	Ignacio Álvarez Rodríguez
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.generacion.net



De becario a emprendedor, así se puede calificar la trayectoria profesional de Ernesto Rodríguez, un licenciado en Economía por la Universidad de Extremadura que, junto con su amigo Ignacio Álvarez, creó en 2008 la consultora empresarial **Generación**.

Ernesto entró a trabajar como becario en la empresa *Instituto de la Calidad*, empresa dedicada principalmente a la implantación de sistemas de gestión basados en normas internacionales como las ISO 9000 (calidad), ISO 14000 (medio ambiente) y OSHAS 18000 (salud y seguridad laboral). Tras los 6 primeros meses firmó su primer contrato laboral en prácticas, que al año se convirtió en un contrato como consultor junior. Durante este periodo trabajó con varias administraciones públicas y con más de 30 empresas extremeñas lo que sirvió para conocer desde dentro el mercado extremeño de la consultoría, tanto desde el punto de vista del cliente público como del cliente privado. Ese trabajo *“me enseñó los distintos perfiles de interlocutor y distintas formas de trabajar. También aprendí a plantear, diseñar, presentar y desarrollar proyectos a la administración pública, los tiempos de cada proyecto, lo que demandaban los clientes en cada caso”*.

Además de adquirir experiencia como consultor, la capacidad de observación y análisis de Ernesto le llevó a percatarse de los servicios que no estaban siendo atendidos correctamente por las consultoras de la región en ese momento y podían constituir una buena oportunidad de negocio. *“En los años 2006/2007, existían muchas empresas dedicadas a la implantación de sistemas de calidad, sector totalmente inflado por la demanda de empresas relacionadas con la construcción y subvencionado desde las administraciones públicas. El problema es que estas empresas realmente no se profesionalizaban en sus procesos y en sus productos. Tenían una visión muy localista”*.

De la identificación de este hecho y de la necesidad de trabajar en un proyecto que le ilusionara y que le permitiera desarrollar sus *“capacidades diferenciales”* surgió la idea de crear *“una consultoría de marketing en el sentido amplio de la palabra, que ayudase a estas PYMES a solucionar ese déficit de profesionalización, en la concepción de productos, procesos productivos, recursos humanos, imagen corporativa, o comunicación externa”*. Esta idea se materializó en 2008 gracias al apoyo de Ignacio Álvarez. Según reconoce el propio Ernesto, fue fundamental encontrar un socio que complementase sus capacidades y que le

diese confianza en el éxito del proyecto: *“es importante encontrar socios o colaboradores que complementen las partes donde te ves débil o inseguro”*.

Para Ernesto, la creación **Generación** fue también el resultado de su falta de motivación en el trabajo por cuenta ajena y de su deseo de enfrentarse a nuevos retos y de imponerse metas para encontrar la motivación en el trabajo. Además, valora la *“libertad para organizar mis horas de trabajo”*.

A los dos socios le gusta definir **Generación** como *“una empresa extremeña compuesta por personas jóvenes, pero con experiencia, cuya misión es impulsar la transformación y el desarrollo de organizaciones y territorios mediante dos herramientas: el conocimiento y la innovación, y siempre desde el compromiso y la implicación con los clientes”*. Se trata de una empresa que realiza consultoría estratégica, de comunicación y marketing y que su actividad comprende el asesoramiento, el diseño y la gestión de proyectos desde una perspectiva de marketing, mediante la cual identifica y satisface necesidades ofreciendo servicios y soluciones innovadoras.

Se marcan tres líneas de negocio diferenciadas en base a dos objetivos estratégicos: vincular el territorio con las personas y desarrollar las organizaciones. La idea es aplicar la perspectiva del marketing en un sentido amplio a todos los trabajos que realizamos y esto lo concretamos en dos ideas: 1) no se puede realizar un proyecto sin tener información relevante para la toma de decisiones, y 2) una vez que se ha desarrollado un trabajo, éste se debe comunicar de una forma adecuada para que llegue al máximo posible de público objetivo.

Las tres líneas de negocio de la empresa son:

1. Estudios de mercado.
2. Comunicación y marketing.
3. Análisis, desarrollo y evaluación de proyectos.

EL EMPRENDEDOR

Nombre y apellidos:	Ernesto Rodríguez Ramos
Lugar y fecha:	Badajoz, noviembre de 1980
Estudios cursados:	Licenciatura en Economía. Master MBA.



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

La principal dificultad como siempre es la financiación, aun en nuestro caso que no necesitábamos una excesiva inversión. Lo importante es tomárselo con calma, hacer las cosas poco a poco con los recursos que se tengan y no precipitarse.

También el encontrar a los primeros clientes supone una dificultad. Para ello tienes que tener un perfil comercial, unas habilidades sociales y un producto que ofrecer. Lo que está más en tu mano es el producto, por lo que es muy importante crear un servicio/producto diferenciado y saber venderlo (que el cliente vea que cubre una necesidad). Por tanto, lo primero es crear los productos/servicios en los que eres especialista y después diseñar la forma de venderlos (imagen, diseño, narrativa, etc.). En el caso del perfil comercial, creo que es algo que se puede desarrollar, pero siempre mejor con un producto y estrategia de venta bien diseñado.

La última dificultad es el tiempo. El emprender supone ocuparse de todas las áreas de la empresa (financiera, laboral, fiscal, administrativa, logística, productiva...), por lo que el tiempo que queda para la producción es bastante inferior al que tenías planificado.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

La motivación. La motivación tiene varios componentes, pero creo que los más importantes son dos: la ilusión, que te hace desarrollar un proyecto sin pensar en los riesgos; y la confianza, en tus capacidades y en el proyecto, que te hace reducir el vértigo de fracasar con ese proyecto. Creo que sin motivación no puede haber emprendimiento, aun no siendo el factor financiero un freno. Hay otras habilidades que son muy importantes, pero están más relacionadas con el éxito o fracaso de lo emprendido, como son habilidades personales, preparación, adaptabilidad o multidisciplinariedad.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?


Creo que lo importante es estar motivado y creer en el éxito del proyecto. Si piensas que puede funcionar, solo hazlo. En cuanto a consejos prácticos, le diría que apunte en un papel los costes que va a tener el proyecto en un año: sueldos (incluido el suyo), materiales, alquileres, mercaderías, consumibles, impuestos etc. y se haga a la idea de que ese dinero lo va a perder (o parte de él). Así sabrá el riesgo monetario que va a tener como máximo. Pero en el caso de que consiga igualar los ingresos a los gastos de ese papel, tiene que pensar que va a poder vivir durante bastante tiempo de ese proyecto.

*Para tener éxito
hay que creer en algo
con tanta pasión
que se convierta en una realidad*

Anita Roddick.
Fundadora de The body shop

7. IBERAQUA INGENIERÍA Y SERVICIOS: EXPERTOS EN GESTIONAR EL AGUA

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Iberaqua, Ingeniería y Servicios	
Año de fundación:	2010	
Socios:	Daniel Campos Rodríguez Antonio Calderón Sánchez	
Ubicación:	Villanueva de la Serena (Badajoz)	
Web:	www.iberaquaservicios.com	

Con solo 22 años y antes de terminar su carrera de Ingeniería Técnica Agrícola, Javier Romera se incorporó al mercado laboral a través de una empresa de ingeniería que montó su tío en Mérida. Les hacía falta alguien de su especialidad y decidieron darle una oportunidad que él no rechazó, aunque fuese *“con más ganas que experiencia”*. Fue el comienzo de una atractiva trayectoria profesional por cuenta ajena a la que una década después renunció *“por convencimiento, por calidad de vida, y por necesidad de desarrollo personal y profesional”*.

Llegó a ser socio de la empresa de su tío, pero decidió seguir formándose. Primero enología y posteriormente amplió sus estudios de ingeniería agraria con la titulación superior. Compaginó los estudios con el trabajo en otra empresa de Mérida dedicada al montaje de sistemas de riego en Extremadura y Andalucía.

Posteriormente, llegó a ser Gerente de la delegación regional de una importante empresa nacional de ingeniería y servicios, posteriormente Director Comercial y, finalmente, Director de General de su división de agricultura, jardinería y ocio. Pero tras 7 años en la misma y teniendo sobre la mesa importantes ofertas de trabajo de otras empresas, renuncia a su cargo directivo para emprender por su cuenta. En marzo de 2010, junto con dos compañeros, funda **IBERAQUA, Ingeniería y Servicios**, una empresa *“capaz de cubrir las necesidades del mercado del agua de Extremadura y zonas limítrofes, siempre dentro de un entorno rural, con tres áreas de trabajo diferenciadas: agricultura, jardinería y medio ambiente”*.

¿Qué puede llevar a alguien a tomar una decisión tan arriesgada? En el caso de Javier fueron un cúmulo de circunstancias profesionales y personales que él mismo resume en cuatro.

- **El momento profesional:** *“tras más de 10 años en puestos de responsabilidad relacionados con mi sector, consideré que había alcanzado la madurez adecuada para emprender”*.


- **La situación familiar:** pertenecer a un equipo directivo de una gran empresa conlleva muchas recompensas, pero también muchos sacrificios como los miles de kilómetros de viajes, los múltiples días durmiendo fuera de casa,... y *“por entonces tenía 2 niñas y mi mujer embarazada de otro... actualmente tengo 4 niños, y disfruto llevándolos al cole todos los días y durmiendo en casa la mayoría de noches”*.
- **La necesidad personal de emprender:** *“desde siempre he tenido esa ilusión, crear mi empresa, equivocarme por mí mismo, y trabajar en lo que me gusta y como me gusta”*.
- **La coyuntura en su trabajo:** Cuando la situación de crisis comenzó a alcanzar a su empresa, *“propuse un plan de viabilidad que no fue apoyado por los propietarios, entonces fue cuando decidí no permanecer en una empresa a la que no veía viabilidad y que en definitiva estaba condenada al cierre. Así que antes de nada pedí salir voluntariamente en el primer ERE, siendo el director general; dicho y hecho”*.

Dejaba atrás una empresa donde había aprendido mucho y en la que *“me había dejado muchas horas”*. Pero en ningún caso fue una decisión improvisada; Javier y sus dos socios la llevaban madurando tiempo atrás. Conocían el mercado y sabían cómo competir: *“el apoyo de los clientes, proveedores, banca, y nuestro plan de trabajo, hizo que todo cayera por su propio peso”*.

Y los resultados no les han defraudado. Tres años después de su constitución, **IBERAQUA** factura alrededor de 2 millones de euros y, desde su sede central en Villanueva de la Serena y su delegación en Mérida, han ido ampliando su cartera de clientes dentro de la región, en otras regiones españolas y en Portugal.

Según Javier, a **IBERAQUA** le distingue su clara vocación de servicio al cliente y su compromiso con la sociedad y el medio ambiente. Ha sido una de las empresas pioneras en participar en el *Observatorio de Responsabilidad Social de Extremadura* y en publicar una memoria de responsabilidad social corporativa, donde se recogen sus acciones de patrocinio de actividades culturales y deportivas en la región, sus actividades de educación medioambiental o los planes de carrera personalizados para sus empleados, tratando de conciliar vida laboral con vida familiar. *“En **IBERAQUA** creemos firmemente en el deber de devolver a la sociedad aquellos posibles beneficios que nos conceda”*.

EL EMPRENDEDOR	
Nombre y apellidos:	Javier Romera Serrano
Lugar y fecha:	Sevilla, junio de 1975
Estudios cursados:	Ingeniero Técnico Agrícola Ingeniero Agrónomo Licenciado en Enología MBA



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

Sobre todo, al desconocimiento del sistema financiero.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Asertividad, constancia y paciencia.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Que estudie todas las posibilidades del proyecto, que se plantee distintos escenarios, y que cuide mucho su financiación. Pero sobre todo, que tenga claro su objetivo, dónde quiere llegar y de qué manera.

*No hay ningún viento favorable
para el que no sabe
a qué puerto se dirige*

Arthur shopenhauer.
Filósofo alemán

8. IDEARIO MARKETING: IMAGINACIÓN AL SERVICIO DE LOS CLIENTES

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Ideario Marketing	
Año de fundación:	2011	
Ubicación:	Badajoz	
Web:	www.ideariomarketing.com	

Pocas veces el nombre y el logotipo de una empresa representan tan bien las personalidades de sus emprendedores como en el caso de IDEARIO MARKETING. Ideas, imaginación, innovación e ilusión para impresionar a sus clientes. Y más recientemente, internacionalización. Su ideario siempre está repleto de nuevas y atractivas ideas, pero nunca de la palabra imposible.

La historia de **IDEARIO MARKETING** comienza en 2011 cuando a Manuel Gamero le comunican que la empresa para la que llevaba trabajando un año como responsable de marketing se cerraba como consecuencia de la crisis económica. A pesar de la mala noticia, o quizás gracias a ella, Manuel reconoce que ese mismo día “*se me encendió la bombilla, esa bombilla que nunca más saldría de mi mente*” y telefoneó a su amigo Pablo Vila, con quien coincidió estudiando el Master en Marketing de la UEx, y tras comunicarle la situación comenzaron a idear su proyecto de futuro.

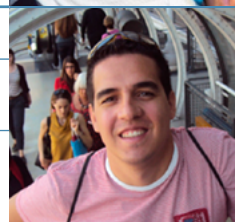
Aunque Manuel reconoce que era de los que “*siempre pensaba que lo de trabajar por cuenta propia no iba con él y trabajar para alguien te evitaba problemas y quebraderos de cabeza*”, Pablo siempre había tenido la idea de emprender y por eso no dudó en abandonar el importante puesto de responsabilidad que ocupaba por aquel entonces en una multinacional y embarcarse en el proyecto. “*Siempre tuve la incipiente necesidad de emprender y aunque tenía un trabajo estable y fijo en plena crisis, decidí dejarlo y luchar por una aventura que hoy día está dando sus frutos*”.

Apoyándose mutuamente y aprovechando las cualidades de cada uno de los socios, **IDEARIO MARKETING** se convierte en una realidad. Se trata de una asesoría de marketing que es definida por los socios como “*un departamento externo para pymes y autónomos pero también asesores para empresas de mayor tamaño, con una visión actualizada y renovada del marketing y un enfoque social y participativo que aplicamos también en las estrategias y acciones de nuestros clientes*”. Ofrece distintos servicios como planificación de marketing, investigación de mercados, ejecución de la estrategia digital y diseño web y gráfico. El equipo de **IDEARIO MARKETING** está especializado en las nuevas herramientas de marketing y en la aplicación de las estrategias digitales en el mundo empresarial.

Entre los valores de la empresa destacan su claro compromiso con la sociedad y su creencia en el crecimiento a través de la cooperación. En este sentido, tienen muy presente el

factor co: *coworking*, ofreciendo más servicio a través de colaboraciones con otros emprendedores, y *cooperación*, colaborando con empresas que a priori se dirigen al mismo negocio.

LOS EMPRENDEDORES	
Nombre y apellidos:	Pablo Vila Sánchez
Lugar y fecha:	Badajoz, febrero de 1982
Estudios cursados:	Empresariales. Investigación y Técnicas de Mercado. Master en Marketing. MBA.
Nombre y apellidos:	Manuel Gamero Pinilla
Lugar y fecha:	Oliva de la Frontera (Badajoz), julio de 1984
Estudios cursados:	Empresariales. Investigación y Técnicas de Mercado. Master en Marketing.



El espíritu emprendedor de Manuel y Pablo no solo les ha llevado a consolidar la empresa, sino también a emprender nuevos proyectos: Speaker's Corner, un proyecto de carácter social, y VSV EuroGlobal. Esta última se trata de una empresa con sedes actualmente en Badajoz, Sao Paulo y Bogotá dedicada a la promoción inmobiliaria, exportaciones y servicios profesionales que pretende impulsar lazos comerciales entre España y Latinoamérica. Fue creada con otros socios españoles y brasileños, José María Sánchez, Daniel Rodríguez y Ernani Vidor. Seguramente estas no serán las últimas iniciativas emprendedoras de estos dos jóvenes extremeños, porque, como indica Manuel, desde que le picó *“el insecto del emprendimiento, ya no me imagino trabajar para otros”*.

Según vuestra experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que habéis tenido que hacer frente?

Manuel: Convencer a mi entorno de que era una opción, que había que asumir riesgos, al principio fueron dudas pero al poco tiempo tenía a toda la familia, a mi pareja y mis amigos *“ideando”* conmigo. Por otro lado lo que resultó una odisea, sin duda lo peor de emprender, fue el exceso de burocracia existente y la casi inexistencia de ayudas. Aunque una vez pasado te quedas con todo lo aprendido. Por último otra dificultad es el posible desánimo que surge al inicio, cuando los ingresos son prácticamente nulos y tienes que hacer frente a pagos. Para esto contaba con el optimismo innato de Pablo, por este motivo es importante también elegir a los posibles socios y ni que decir tiene que acompañado mejor que solo para comenzar una andadura así.

Pablo: España básicamente no es un país para emprendedores, en todos los ámbitos. En el cultural, burocrático, etc.

¿Qué habilidades personales considerarías clave para emprender?

Manuel: Ganas, arrojo, perseverancia, optimismo y paciencia. Todas estas habilidades descubrí que las tenía cuando comencé todo esto. Por otro lado, es necesario que te motive el negocio que vas a desarrollar y sobre todo tener la cualificación necesaria para desarrollarlo. En caso contrario, hay que buscar colaboraciones, el factor co.

Pablo: yo creo que el emprendedor debe ser un buen “relaciones públicas”.

Y ¿qué consejo os atrevéis a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Manuel: Trabajar para uno mismo, para tu propio negocio es una satisfacción personal y profesional. Es mejor tener algún compañero de camino, alguien que te complemente y cuyos principios y ética empresarial vayan en la misma línea que la de uno mismo. El resto es armarse de paciencia y trabajar mucho, cuando emprendes comienzas una lucha diaria encaminada a que tus sueños se cumplan.

Pablo: Le diría que mire los pros y los contras y examine el mercado donde se va a mover con las herramientas que tenga disponibles en ese momento.

*Cualquier sueño
que pudiera alcanzar
sin la ayuda de otras personas
sería un sueño muy pequeño*

John Maxwell.

Escritor y predicador estadounidense

9. INCYMA: EMPRENDER DESDE LAS CIENCIAS AMBIENTALES

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Innovación, Calidad y Medio Ambiente (INCYMA)
Año de fundación:	2007
Socios:	Natalia Cilleros Torres
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.incyma.es



El famoso eslogan “*porque yo lo valgo*” de L’Oréal bien puede aplicarse para definir el salto al emprendimiento de Ana Belén Ruano y la confianza en su proyecto, elemento clave para el éxito de los emprendedores. Licenciada en Ciencias Ambientales, comenzó trabajando por cuenta ajena; primero en un departamento de control de calidad y posteriormente como consultora y jefe de proyectos. Fueron tres años que le permitieron conocer el sector de la consultoría de calidad y medio ambiente, observando que “*a los clientes que tenía cuando trabajaba en la consultora, les gustaba mi trabajo y estaban dispuestos a irse conmigo si me montaba por mi cuenta*”. Esta fue la razón que le dio el impulso definitivo para crear en 2007, junto a Natalia Cilleros, **Innovación, Calidad y Medio Ambiente, S.L. (INCYMA)**, una empresa que define como una organización 100% extremeña, dedicada a la consultoría general de empresa, a la consultoría estratégica y organización empresarial, prestando especial atención a cuatro líneas de servicios: la implantación de sistemas de gestión (calidad, medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo, I+D+I), las auditorías técnicas e inspección, los proyectos ambientales y la formación.

Ana Belén encontró en Natalia el apoyo definitivo para emprender. Llevaban casi dos años y medio trabajando juntas para la misma empresa y entre ambas encontraban el equilibrio necesario para el proyecto: “*yo llevo la rama más de medio ambiente y seguridad alimentaria, y Natalia, al ser Ingeniero industrial, lleva la parte más técnica*”.

Para afrontar unos costes iniciales más bajos y poder contar con el asesoramiento de técnicos expertos en emprendimiento, Ana Belén y su socia decidieron ubicar las instalaciones de **INCYMA** en un local dentro del vivero de empresas VIVERNET que la Junta de Extremadura disponía en la ciudad de Badajoz. Ello les permitía también estar rodeado de otros jóvenes emprendedores con los que compartir sus experiencias. Sin embargo, solo ocho meses después de haberse instalado allí, el gobierno regional cerró las instalaciones y la empresa de Ana Belén tuvo que trasladarse al local que ocupan ahora mismo en el centro de Badajoz.

A pesar de las dificultades que conlleva haberse convertido en emprendedora, Ana Belén no se arrepiente del paso dado porque valora el hecho de poder “*planificar mi tiempo de trabajo y no estar sometida a horarios estrictos que muchas veces no van acompañados de la mejor productividad*”.

EL EMPRENDEDOR

Nombre y apellidos:	Ana Belén Ruano Durán
Lugar y fecha:	Montehermoso (Cáceres), diciembre de 1981
Estudios cursados:	Licenciatura en Ciencias Ambientales



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

La búsqueda de nuevos clientes para poder tener una cartera suficiente para mantenernos. A ello hay que unir, las dificultades derivadas de los impagos de clientes.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Creo que es muy importante estar siempre dispuesto a innovar, pues las oportunidades de negocio van surgiendo poco a poco y nunca hay que estancarse en realizar el mismo tipo de trabajos. Hay que buscar nuevas cosas para hacerte un hueco en el mercado. Para poder ganarte a los clientes, hay que mostrarle siempre seguridad y experiencia en el área que pretendas venderle, pues eso se nota.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Por un lado que aprovechen las herramientas de apoyo al emprendimiento que existen actualmente, a través de los técnicos de la administración o de las asociaciones empresariales. Ellos les podrán asesorar y ayudar a realizar un plan de empresa sobre el negocio que quieren llevar a cabo.

También les animo a que intenten formarse en todas aquellas áreas en las que pretendan emprender y desarrollar, pues eso les va a dar una seguridad para llevarlas a cabo con éxito.

Y finalmente que formen parte de colectivos empresariales o asociaciones donde puedan contactar con empresarios que estén en su misma situación, compartir experiencias, sinergias, nuevas oportunidades de negocio, fomentar nuevos contactos, etc.

*Y mi valor? —Intervino el león en tono ansioso.
Estoy seguro de que te sobra valor —Respondió Oz.
Lo único que necesitas es tener confianza en ti mismo.*

L. F. Baum. Autor de *El mago de Oz*

10. INNOVA CONSULTA: FORMACIÓN Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL

LA EMPRESA	
Nombre de la empresa:	Innova Consulta
Año de fundación:	2009
Socios:	Javier García Martínez
Ubicación:	Villafranca de los Barros (Badajoz)
Web:	www.innovaconsulta.com



Desde el momento en que se conoce por primera vez a Nieves García se perciben el entusiasmo por su negocio y la confianza en sí misma, rasgos básicos para el éxito de un emprendedor. Pero, además, Nieves ha desarrollado a lo largo de los años la capacidad de aprender de todas las experiencias vividas, de sacar un aprendizaje a todo lo que le ha sucedido. Por eso para entender el origen de su empresa, **Innova Consulta**, es necesario repasar su variada actividad laboral previa.

Poco después de acabar en 2001 la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación comenzó a trabajar como comercial en una agencia de publicidad de Badajoz. Se trataba de vender a pequeñas empresas espacios publicitarios en los medios de comunicación. Recuerda que *“cobraba 50.000 pesetas y el piso en Badajoz me costaba 45.000, así que nunca he agradecido tanto un régimen tan severo y tan bien llevado, ¡adelgacé 15 kilos!”*. Pero también reconoce que fue en ese escaso año de trabajo donde descubrió y desarrolló su vena comercial. *“Me gustaba ir todos los días a “Reformas Gabino” o a las floristerías de la calle Menacho a comprobar cómo mejoraban mis dotes comerciales, y de toparme con un NO, pasé a tomarme un café con ellos, a conocer a sus familias, hasta por fin conseguir cerrar unas cuñas en la radio, o un 2x1 en el Diario Hoy. ¡Claro, me había gastado en los cafés justo el dinero de mi comisión!”*.

A este trabajo le siguieron otros como responsable comercial de la cadena hotelera Tryp Medea en Extremadura, como vendedora de electrodomésticos y como locutora de radio, *“con micrófono en mano y donde aprendí a hacer otra cosa más: entrevistar, redactar y hablar”*. A pesar de lo diferente de cada actividad, reconoce que todas le gustaban, porque *“estaba ya claro que lo que a mí me iba era el trato con la gente y que no hay mejor cosa en esta vida que aprender a hacer de todo”*.

Cuando se le acababan los contratos echaba una mano en el negocio familiar, una agencia inmobiliaria, mientras se afanaba por encontrar un trabajo a su medida, porque siempre *“me he negado a ser una desempleada que se quedaba en casa”*. Gracias a este empeño llegó a trabajar posteriormente en una agencia de publicidad en Mérida, donde *“salí hecha toda una profesional de la publicidad y todo esto se lo agradeceré siempre a Fernando Martínez, que además hizo de mí una persona fuerte y luchadora, a prueba de balas”*. Aunque la empresa tuvo que cerrar, *“el destino volvió a llamar a mi puerta y me convertí en la respon-*

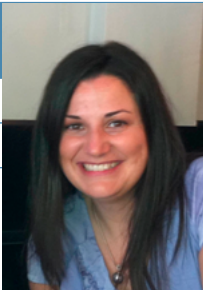
sable de comunicación de uno de los grupos empresariales más importantes de la región, el Grupo Katry, donde durante un año y medio tuve la suerte de tener de jefes a dos empresarios trabajadores y luchadores que *no paraban de enseñarme cosas*".

Durante este paso por la empresa conoció a Carlos Ongallo, a quien considera su maestro y mentor, además de gran amigo. Nieves reconoce que fue Carlos el culpable del paso que dio posteriormente como emprendedora, ya que fue con quién descubrió su devoción por el apasionante mundo de la formación, un sector que solo conocía porque su padre había sido profesor del colegio San José de Villafranca. Además considera *"que nunca dejaré de agradecerle lo que sigue haciendo por mí"*.

Tras acabar su vinculación con la empresa de formación y tras unos meses en el desempleo, Nieves decide que es el momento de emprender. ¿Por qué? Porque *"con independencia de razones internas, propias de mi personalidad, como las ganas de crear, inventar, arriesgar... una nunca se lanza sin un empuje forzoso del exterior. En mi caso fueron siete meses en paro cuya prestación se me acaba, hipoteca y facturas que pagar, cientos de currículums enviados, varias entrevistas de trabajo sin suerte, seriamente perjudicada mentalmente, junto con una alta dosis de desesperación, y a mi padre repitiéndome hasta la saciedad: que si había hecho grandes trabajos en las empresas en las que había estado, ¿por qué no los hacía para mí?"*

Así, en mayo de 2009, con su padre como socio financiero, pero con el apoyo de toda su familia, nace **Innova Consulta**, una empresa dedicada a la formación y la consultoría empresarial. La empresa está especializada en formación y comunicación, que da cobertura tanto a la administración como a las empresas privadas en materia de enseñanza no reglada en diferentes ámbitos, sectores y niveles. Asimismo también diseña, elabora y ejecuta planes estratégicos de asistencia a empresa. Por otra parte y como otra línea de negocio es experta en marketing y comunicación. **Innova Consulta** se caracteriza por su dinamismo, creatividad, innovación y constancia en cada proyecto que acomete.

LA EMPRENDEDORA	
Nombre y apellidos:	Nieves García Lemus
Lugar y fecha:	Villafranca de los Barros, junio de 1978
Estudios cursados:	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Especialidad Publicidad y Relaciones Públicas. Master en Marketing Inmobiliario. Master en Protocolo Empresarial.



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

Doy fe de que todas las dificultades con las que me topé fueron "principales". La apatía de la administración regional, que me negó el soporte económico que necesitaba para

comenzar, seguramente por algún/os técnico/s que no hizo bien su trabajo, la negación de alguna entidad bancaria a concederme el “ICO emprendedor”, por tener ya hipoteca y letras que pagar, y por “ser muy joven para montar un negocio con la crisis que ya nos acuciaba”... ¿será por eso que pedí el ICO Emprendedor y no el ICO Jubilación?

Pero no se acabaron aquí las dificultades principales, porque casi 4 años después las sigo teniendo. Hacerse un hueco profesional en Extremadura siendo mujer y honesta y no teniendo padrinos ni dinero, por desgracia es casi imposible, una lucha continua para que no te engañen otra vez, unos “revolcones empresariales” como los que cuando te pillan una ola, sales a la superficie al revés, y dando gracias a que has salido.

En mi caso también he tenido que hacer frente a las decepciones de las personas con las que has montado el equipo perfecto, que tratas como de la familia, y que abandonan el barco cuando se está hundiendo, dejándote sola en medio de un océano sin tierra a la vista.

Pero si en algo he sobresalido siempre es en mi capacidad de reinventarme, y cuando peor han ido las cosas, el ave fénix que llevo dentro se levanta un día resurgiendo de las cenizas, porque si hay algo que tiene un empresario es que es dueño de lo que hace, dueño de su libertad, y mientras seamos libres hay esperanzas de volver a triunfar. Porque yo, en esta aventura, he ganado más veces que he perdido, y lo seguiré haciendo. Porque no todo son fracasos, traiciones...también hay muy buenos momentos, en los que descubres a quién *le importas* y a quién *le interesas*, y aprendes a disfrutar de los primeros, y a jugar con los segundos y ¡aprendes hasta a torear y ser el toro en muchas ocasiones! Pero sobre todo lo mejor que te puede pasar siendo empresario es tener un hermano como el que yo tengo, Jorge.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Pues como clave-clave para emprender la única habilidad que hay que tener es la de la constancia, la constancia y la constancia. No abandonar nunca por difícil que se ponga el tema, insistir hasta conseguir el objetivo.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

¡Hazlo, nunca te arrepentirás!

*Decidí no esperar a las oportunidades
sino yo mismo buscarlas.
Decidí ver cada problema
como la oportunidad
de encontrar una solución.*

Walt Disney

11. MARKETINN: CONSULTORÍA EN MARKETING E INNOVACIÓN

LA EMPRESA

Nombre de la empresa: Marketinn

Año de fundación: 2012

Ubicación: Cáceres

Web: www.marketinn.es



Nada más acabar la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado, Guadalupe Fernández accedió al mercado laboral a través de las becas concedidas por el Gobierno de Extremadura a los mejores expedientes de las distintas titulaciones de la Universidad de Extremadura. Finalizado el año de beca, en 2008 fue contratada por la empresa pública GPEX para trabajar como asesora económico-financiera en el Gabinete de Prensa de la Consejería de Economía, Comercio e Innovación. Este trabajo le permitió conocer de cerca la realidad empresarial extremeña, así como el funcionamiento de la administración, aspectos claves para el proyecto en el que se embarcaría años después. Fueron tres años estudiando las problemáticas de las PYMEs de la región, confeccionando modelos de innovación y financiación para mejorar su productividad, así como planes de desarrollo para municipios y comarcas.

Pero en diciembre de 2011 se ve afectada por la política de reducción de personal en las empresas públicas de la región y es despedida. Sin embargo, lo que en principio fue una noticia triste se convirtió en el hecho que desencadenó la creación de **MARKETINN**. Sólo dos meses después de quedarse sin empleo, en febrero de 2012, Guadalupe se da de alta como autónoma y destina sus ahorros a montar su empresa de consultoría en marketing e innovación. Su personalidad activa le impedía sentarse a esperar una oferta de trabajo. Reconoce que *“quedarme en paro y sin ocupación suponía un alto riesgo para mi salud mental, relaciones personales y familiares”*.

Además, *“siempre me había picado el gusanillo de hacer algo por mí misma y de ser mi propia jefa. Trabajar por cuenta ajena en ocasiones me resultaba frustrante, pues a veces tenía que acatar órdenes de un superior que a mi parecer carecían de sentido. Estudiar una oposición, tras haber trabajado en la Administración Pública no lo contemplaba como una alternativa. Es un trabajo cómodo y seguro, pero tengo la impresión que puedo aportar mucho más en otros campos. Me gustaba la enseñanza, pero acababan de congelar las oposiciones de Secundaria y entrar a trabajar en la Universidad también resultaba cada vez más complicado”*.

MARKETINN es una consultora que se dedica a ofrecer soluciones en materia de marketing e innovación a las PYMEs de Extremadura. Guadalupe está convencida de que el

tejido empresarial de la región “se encuentra anclado en viejos patrones de gestión y comercialización que le impiden ser competitivo. Las PYMEs carecen de un responsable de marketing y esto supone limitaciones importantes en sus resultados de facturación actuales. Las empresas son cada vez más conscientes de la importancia de vender más y sobre todo de vender mejor”. **MARKETINN** ofrece a estas empresas la posibilidad de disponer de un experto en marketing a la medida de sus necesidades, pagando sólo por el servicio que realice, sin tener que soportar costes fijos de nóminas.

Así, la PYME que contrate con MARKETINN puede:

- Externalizar la dirección de marketing.
- Realizar consultorías en temas de marketing e innovación.
- Apostar por acciones de marketing digital: mailing, gestión de redes sociales, posicionamiento SEO de páginas webs, etc.
- Contratar cursos de formación en materia de marketing para formar a sus trabajadores.

Durante el primer año Guadalupe caminó en solitario y se enfrentó al reto de conseguir sus primeros clientes privados y sus primeras licitaciones de proyectos públicos. Mientras tanto, complementó su formación realizando el Master en Marketing e Investigación de Mercados de la UEx, especializándose en marketing sensorial y neuromarketing.

Pero consciente de que el objetivo debe ser constituir una red, interna y externa, de profesionales expertos en la materia que le permita garantizar la satisfacción de los clientes y acceder a mayor número de proyectos, Guadalupe ha ido involucrando como colaboradoras en su proyecto a dos grandes amigas de la universidad: Nazaret Ares y M^a Cruz García.

LA EMPRENDEDORA

Nombre y apellidos:	M ^a Guadalupe Fernández Corcho
Lugar y fecha:	Cáceres, marzo de 1984
Estudios cursados:	Master en Marketing (2012) Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (2007) Diplomatura en Ciencias Empresariales (2005)



Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

La más importante es que no disponía de una cartera de clientes ni contactos, por lo que conseguir que las empresas contratasen mis servicios resultó más complicado de lo que pensaba inicialmente. A ello hay que unir que mi idea de negocio resultaba demasiado

novedosa para muchas empresas y las que lo entendían, estaban dispuestas a gastar muy poco, pues se encontraban en momentos de dificultades económicas. Y una vez que tienes clientes, te enfrentas a la morosidad. Después de realizar el trabajo, en diversas ocasiones no he cobrado. En general, podemos hablar del riesgo que conlleva la inestabilidad económica, pues no sabes a ciencia cierta lo que vas a ingresar a final de cada mes y hay meses en los que no ingresas nada.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

Tener inquietud y afán de superación.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Creer en tu idea y tratar de tener algo de dinero ahorrado para dedicarlo al proyecto.

*Un optimista ve una
oportunidad en toda calamidad.
Un pesimista ve una calamidad
en toda oportunidad.*

Winston Churchill. Político inglés

12. PIXEL RATIO: VIDEOJUEGOS Y APPS MADE IN EXTREMADURA

LA EMPRESA	
Nombre de la empresa:	Pixel Ratio S.C.
Año de fundación:	2011
Ubicación:	Don Benito (Badajoz)
Web:	http://pixelratio.es



Los videojuegos tradicionales para PC o videoconsola están dejando paso a las aplicaciones más sencillas para dispositivos móviles y redes sociales. Según *The App Date*, a finales de 2012 ya existían en España 12 de usuarios activos de Apps, con 2,7 millones de descargas al día. Conforme el mercado crece a pasos agigantados, un gran número de pequeñas nuevas empresas entran a formar parte del sector del software de entretenimiento. Una de ellas es **PIXEL RATIO**, ubicada en Don Benito (Badajoz) y que se define como un estudio de desarrollo de videojuegos, especialmente para smartphones y tablets, formado por un equipo multidisciplinar capacitado para realizar producciones completas de principio a fin, ya sean propias o para terceros.

Sin embargo, no ha sido el atractivo del mercado de las Apps el que impulsó la creación de la empresa en 2011 por parte de Juan Luis Guisado y Juan Ramón Rufo, dos amigos de la infancia. **PIXEL RATIO** es el resultado de la búsqueda del sueño de estos dos jóvenes, de su deseo de dedicarse a lo que más le gusta: diseñar videojuegos. Un sueño que comenzó años atrás como una diversión cuando su pandilla de amigos en Manchita (Badajoz) se propuso hacer su propio videojuego.

Juan Luis fue adquiriendo mediante autoformación sus primeros conocimientos sobre la materia, mientras compaginaba sus estudios de Informática con trabajos que nada tenían nada que ver con el mundo del entretenimiento digital. Como él indica, *“la principal razón para emprender fue dedicarme profesionalmente a lo que más me gusta, desarrollar videojuegos. La primera opción para conseguir este objetivo es ser contratado por un estudio de videojuegos, algo difícil y que requiere mucha experiencia previa; la segunda opción, crear un estudio propio”*.

A Juan Ramón le sucedía algo parecido. Antes de terminar sus estudios de Ilustración en la Escuela de Arte comenzó a trabajar haciendo dibujos animados relacionados con la museología. Luego continuó formándose y autoformándose, *“enfocando mi carrera en lo que deseaba que fuera mi futuro: diseñador de videojuegos. Eso me llevó a realizar un curso de modelado 3D que me abrió las puertas para trabajar como freelance para el sector inmobiliario primero (haciendo visualizaciones 3D de edificios) y como modelador/animador 3D para otra empresa en la que participé en la creación de un minidocumental. Posteriormente, me enteré de que Indra-Badajoz buscaba ampliar su plantilla de diseñadores y pude presentarles*

una muestra de trabajos que parece que les gustó. Eso me llevó a convertirme en diseñador/ modelador 3D en el Departamento de Simulación-Defensa, algo que cada vez se acercaba más al camino que pretendía seguir”.

La realización en Don Benito de un *Master en Desarrollo, Producción y Diseño de Videojuegos* fue el empujón necesario para lanzarse a lo que llevaban tanto tiempo esperando. A través de él conocieron a una productora audiovisual de Madrid que pretendía extender su franquicia de dibujos animados a las plataformas móviles mediante el videojuego y recibieron el encargo de realizarles un pequeño proyecto. En aquel momento supieron que “*si alguien podía confiarnos el desarrollo de un proyecto, es que había llegado la hora de demostrar que sabíamos hacerlo*” y decidieron montar **PIXEL RATIO**.

Poco después, con su creatividad y con el dinero ahorrado con ese encargo, vio la luz el juego **Aby Escape**, disponible en el AppStore y GooglePlay. “*Nuestro primer título y todo un éxito para nosotros*”. Así, el reto de la pandilla de amigos de Manchita se hizo realidad. Y a él le seguirá *CHympuk: Silkian Hope* y muchos otros.

LOS EMPRENDEDORES	
Nombre y apellidos:	Juan Luis Guisado Velarde
Lugar y fecha:	Sabadell (Barcelona), octubre de 1987
Estudios cursados:	Ingeniería Técnica Informática de Sistemas (Universidad de Salamanca)
Nombre y apellidos:	Juan Ramón Rufo Muñoz
Lugar y fecha:	Manchita (Badajoz), diciembre de 1985
Estudios cursados:	Ilustración (Escuela de Arte de Mérida)



Según vuestra experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que habéis tenido que hacer frente?

Juan Luis: La principal dificultad ha sido la solvencia económica. Es necesario introducir dinero en la cuenta del banco para poder funcionar (ya sabéis, la extraña manía de comer todos los días). Encontrar el punto en el que empiezas a ingresar dinero puede alargarse bastante en el tiempo, y es necesario viajar ligeros en ese tiempo. En nuestro caso, no tuvimos ningún tipo de ingresos durante la primera fase de desarrollo de Aby Escape.

Juan Ramón: Las principales dificultades a la hora de emprender son, como bien refleja mi compañero, la liquidez, la solvencia. Y aunque sea triste, en mi opinión, obedece a la pura lógica. Aunque hubo momentos en que lo pasamos mal, lo que te anima a continuar es el ansia por conseguir nuestro objetivo. Además también tenemos que agradecer el hecho de que FEVAL nos acogió en sus instalaciones mediante un programa de emprendimiento y creyó en nuestro proyecto.

¿Qué habilidades personales consideraréis clave para emprender?

Juan Luis: Hay un dicho que dice “*empresario se aprende, emprendedor se nace*”. He visto a mi alrededor a muchas personas que no elegirían el camino del emprendimiento porque prefieren la tranquilidad de un trabajo/sueldo. También es complicado montar un negocio, o emprender, pero jóvenes cualificados cada día tienen menos opciones: o emprenden, o buscan trabajo fuera del país. Con lo que la habilidad personal que considero clave, es la pasión e insistencia por aquello que quieras realizar.

Juan Ramón: Estoy totalmente de acuerdo con Juan Luis en la definición de emprendedor. Los emprendedores somos una “especie”, apasionados de nuestro trabajo y con unas ansias enormes por transformar lo que nos rodea a fin de mejorarlo. La clave está en ser tenaz y tener la voluntad de conseguir lo que uno se propone.

Y ¿qué consejo os atrevéis a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Juan Luis: El miedo al fracaso no debe impedir realizar tus aspiraciones. Si fracasas, no lo tomes como una derrota, sino como una victoria, la segunda vez que emprendas no cometerás los mismos errores.

Juan Ramón: Como consejo diré que el “emprendedor orquesta” es algo difícil de llevar. Con esto quiero decir, que cada uno se centre en lo que sabe hacer bien, donde aporta valor. Y si tu proyecto carece de alguna figura importante, haz alianzas, busca socios emprendedores como tú u otras empresas que presten servicios que tú no puedes, o incluso a veces, no sabes. Lo que traducido al mundo real significa que si dentro de tu empresa es necesario un perfil comercial, por ejemplo, y ninguno de tu equipo lo es, busca uno. Invertir tiempo en puntos donde no aportas valor y descuidar aquellos en los que te convierten el mejor, es un atraso. No es malo, pero posiblemente sea un lastre.


Y no olvides estudiar el mercado al que va destinado tu proyecto, casos de otras empresas de tu mismo ámbito y un esquema sencillo de los hitos que pretendes conseguir puede ser una muy buena forma de empezar. A todos aquellos que tenéis miedo a fracasar, preguntaros si el fracaso no empieza cuando tenéis miedo a dar el primer paso.

*Elije un trabajo
que te guste
y no tendrás
que trabajar
ni un día de tu vida.*

Confucio. Pensador chino

13. QUERCUS CERVEZA ARTESANA: CON EL SABOR DE EXTREMADURA*

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Quercus/Ballut Cerveza Artesana	
Año de fundación:	2012	
Socios	Pablo Muñoz Luengo Juan Manuel Zapata Cuéllar	
Ubicación:	Badajoz	
Web:	www.facebook.com/Cervezaballut	

¡*Ponme una Quercus!* Esta es la frase que desea Pablo Blázquez que se repita en los bares y restaurantes de la región. En un sector dominado por empresas multinacionales y marcas casi centenarias, Pablo identificó el atractivo hueco de mercado de las cervezas artesanas y lo combinó con su pasión por Extremadura.

Una beca Erasmus en Alemania es el origen de todo. Allí comprobó la gran variedad de cervezas que se comercializan en el país germano y ya de vueltas descubrió por Internet un kit para elaborar cerveza casera. El resultado del experimento no fue muy bueno, pero sí lo suficientemente divertido como para seguir insistiendo. Contactó con Juanma Zapata, al que le unía su afición al fútbol, puesto que es propietario de un bar, "*buen cocinero y conocedor del mundo de la cerveza*". Meses después vieron la necesidad de contar con alguien que pusiera "*el toque más técnico y científico al proyecto*" y que mejor opción que un amigo común, Pablo Muñoz, con estudios en Ingeniería Química.

Entre los tres dieran el paso en 2012 de crear **Quercus** (nombre en latín de encina), una cerveza artesanal creada con miel extremeña, que le da un toque especial y distintivo. Su estrategia es especializarse en el segmento de consumidores que valora los productos regionales extremeños y están dispuestos a probar una bebida natural y de alta calidad como alternativa a las cervezas industriales.

Los tres socios forman todo un equipo. Pablo, por su formación universitaria y habilidades sociales, es el responsable comercial y de marketing. Juanma Zapata es el responsable administrativo y de compras de la empresa. Y Pablo Muñoz es el responsable del desarrollo del producto y del proceso de elaboración de la cerveza.

Pero antes de poder brindar con su primer botellín de **Quercus**, visitaron algunas microcervecías existentes en otras regiones y adquirieron una pequeña maquinaria de una capacidad

* En enero de 2014 se cambia el nombre comercial por Cerveza Ballut.

máxima de 50 litros que les permitió realizar ensayos con los ingredientes hasta dar con el sabor que estaban buscando. Y cómo no, utilizando como conejillos de indias a familiares y amigos.

Crecer poco a poco y con paso firme. Este el principio que guía a Pablo y sus socios. El objetivo es disponer de una planta propia de elaboración de cerveza artesanal, una micro-cervecería, ubicada en Extremadura. Sin embargo, han comenzado a trabajar con una de Madrid donde elaborar y embotellar las primeras partidas de producción. Así podrán ir consiguiendo experiencia, introduciéndose en el mercado y teniendo tiempo para conseguir la financiación necesaria para completar su proyecto. Con aproximadamente 10.000 euros han conseguido lanzar los primeros 1.000 litros de **Quercus** al mercado, pero ahora buscan los 150.000 necesarios para montar la micro-cervecería propia y alcanzar una producción de unos 20.000 litros de cerveza al mes. Además, esta inversión le permitiría complementar la cerveza rubia con otras variedades como la cerveza tostada o la de trigo, así como con cervezas con otros sabores y aromas basados en productos típicos de Extremadura.

En noviembre de 2012 comenzó la comercialización de **Quercus** a través de varios bares de la ciudad de Badajoz. A partir de entonces han ido expandiéndose progresivamente hacia el resto de localidades de la región a través de acuerdos con bares, restaurantes, tiendas gourmet y hospederías. Y en poco tiempo alcanzaron un hito significativo: la firma de un acuerdo con Supermercados El Corte Inglés para estar presente en sus establecimientos durante varias semanas.

EL EMPRENDEDOR

Nombre y apellidos:	Pablo Blázquez Expósito
Lugar y fecha:	Badajoz, agosto de 1978
Estudios cursados:	Diplomatura en Ciencias Empresariales (UEX). Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (UEX). Máster en Dirección de Empresas y Entidades deportivas (Universidad Rey Juan Carlos).



Pero producir cerveza y promover la cultura cervecera no es el único proyecto emprendedor de Pablo. Unos años antes ya se había dado cuenta de su *“falta de motivación en el trabajo por cuenta ajena, de mis deseos de enfrentarme a nuevos retos, de imponerme metas para encontrar la motivación en el trabajo”*. Así, en 2008 creó 4P MARKETING, una empresa de servicios publicitarios especializada en regalos promocionales, merchandising y packaging para empresas, siendo también franquiciada para Badajoz de Publipan y Publifarmacia, unos soportes publicitarios basados en las bolsas de pan y de farmacias que se entregan a los clientes.

Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

Por un lado la burocracia y los papeleos necesarios. Por otro lado, empezar desde cero teniendo que buscar una cartera de clientes.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

La constancia y la sociabilidad.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Atrevimiento, creer en tu idea y venderla con ilusión. Constancia. Perder el miedo al fracaso e intentarlo las veces que sean necesarias.

*Solo una cosa vuelve
un sueño imposible: el miedo
a fracasar.*

Paulo Coelho. Escritor Brasileño

14. SPEAKER'S CORNER: EMPRENDIMIENTO SOCIAL

LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	Asociación Speaker's Corner
Año de fundación:	2012
Socios	Pablo Vila Sánchez, Mónica Filipa Gandum Martín, Enrique Enrique Guibertau Vicente, Belén García González y Ana Alonso Castellano.
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.pechakuchabadajoz.com



¿Qué tienen en común dos expertos en marketing, una periodista, un profesional de la gestión turística, una diplomada en diseño de interiores, una experta en organización de eventos y una empleada de banca? Aparte de la amistad, a estos siete jóvenes residentes en diferentes puntos de España y Portugal, les une su afición a las distintas expresiones artísticas, así como su deseo de dinamizar la vida cultural de Badajoz creando un marco de debate en la ciudad donde tengan cabida las ideas emergentes que necesitan ser dadas a conocer, pero también los proyectos consolidados que puedan servir de ejemplo. En definitiva, un marco de *networking* entre distintos colectivos, personas y organizaciones en la ciudad pacense.

Para dar rienda suelta a este deseo, Concha Hierro, Manuel Gamero, Pablo Vila, Mónica Gandum, Enrique Guibertau, Belén García y Ana Alonso, crearon en 2012 la organización sin ánimo de lucro **SPEAKER'S CORNER**. Su nombre proviene del rincón del *Hyde Park* de Londres donde, desde mediados del siglo XIX, se concentran ciudadanos para expresar y escuchar ideas y reivindicaciones de interés público.

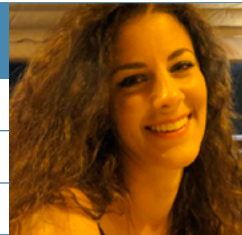
Para materializar este propósito se han convertido en licenciarios para Badajoz del evento internacional **PECHAKUCHA NIGHT**. Se trata de un evento que comenzó en Tokio en 2003 y desde entonces se ha extendido a más de 600 ciudades en todo el mundo. **PECHAKUCHA NIGHT** consiste en un formato dinámico de micro-conferencias (6'40'') de carácter multidisciplinar, donde los speakers difunden sus ideas, investigaciones, proyectos empresariales u obras artísticas a través de 20 imágenes que se presentan durante 20 segundos cada una de ellas. Como indica Concha Hierro, de esta forma se *"teje una malla de talento en Extremadura, en torno a la creatividad, la cultura, la investigación científica y el emprendimiento, principalmente, abierta a todas las disciplinas y ámbitos de actuación"*.

Ellos mismos reconocen que **PECHAKUCHA NIGHT** no deja de ser una red social, pero mucho mejor que las virtuales, porque *"la gente puede tocarse y mirarse a la cara. Salimos de detrás de las pantallas y sacamos las buenas ideas a la calle, a un evento en vivo, con gente real, donde la comunicación es directa, la cerveza verdadera y la diversión también"*.

Pero el verdadero valor de **PECHAKUCHA NIGHT** no está en las presentaciones, sino en el espacio de encuentro y convivencia que se produce antes, durante y después de las mismas. Los participantes y los asistentes se mezclan formando un ambiente de *networking* y *coworking* de donde pueden salir el contacto para encontrar un trabajo, un socio para el proyecto que tengas en mente, un proveedor, un cliente,... o simplemente un amigo.

Los socios de **SPEAKER'S CORNER** son los primeros en disfrutar de este espacio y, a pesar de ser una actividad sin ánimo de lucro que les roba tiempo de otros proyectos, obtienen su merecida recompensa. Según Manuel, *“organizar PECHAKUCHA ha hecho que conozcamos a muchas gente, además es increíble trabajar con un equipo de personas comprometidas que hacen cosas de manera desinteresada y que a veces supone un importante esfuerzo”* y Concha lo refuerza diciendo que *“nos abre posibilidades laborales gracias a aumentar conocimientos y a conocer a personas interesantes”*.

LOS EMPRENDEDORES	
Nombre y apellidos:	Concepción Hierro del Hoyo
Lugar y fecha:	Badajoz, diciembre de 1987
Estudios cursados:	Periodismo
Nombre y apellidos:	Manuel Gamero Pinilla
Lugar y fecha:	Oliva de la Frontera (Badajoz), julio de 1984
Estudios cursados:	Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado. Master en Marketing e Investigación de Mercados.



Según vuestra experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que habéis tenido que hacer frente?

Manuel: Como casi todo en este país, también para crear una asociación sin ánimo de lucro, la burocracia es excesiva y por supuesto el apoyo institucional es prácticamente nulo. Con el proyecto, no sólo no ganamos nada, además hemos llegado a tener que hacer frente a determinados gastos ocasionados con recursos personales.

Concha: Sí, las gestiones normales del diario para sacar adelante la iniciativa. Pero no hemos tenido que hacer frente a ninguna dificultad especialmente difícil de superar. Es un proyecto asociativo sin ánimo de lucro en el que todos los participantes no hemos engranado muy bien porque tenemos el pegamento de las ganas de hacer cosas que nos une y nos ayuda a superar imprevistos y diferencias que puedan surgir.

¿Qué habilidades personales consideráis *clave para emprender*?

Concha: Para mí, la capacidad para superar los obstáculos, saber seguir adelante, no rendirse e intentar mantener el entusiasmo para seguir trabajando en un entorno de crisis económica como el actual.

Manuel: Sin duda lo fundamental es la capacidad de organización y de trabajar en equipo. Es fundamental repartirse los roles de cada uno de los integrantes del equipo. Además hay que tener ganas de hacer cosas y tener conciencia responsable socialmente, ya que es algo sin ánimo de lucro.

Y ¿qué consejo os atrevéis a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Manuel: Debe saber que no todo es el dinero, ni mucho menos, la experiencia de organizar un evento sin ánimo de lucro es muy satisfactoria.

Concha: Debe mantener la fe en la idea que le empujó a emprender, ser perseverante, cooperativo, mantenerse abierto a aprender cosas nuevas y conservar las ganas de seguir creciendo personalmente.

*Yo hago lo que usted no puede.
Y usted hace lo que yo no puedo.
Juntos podemos
hacer grandes cosas*

Madre Teresa de Calcuta

15. TEACHING BUILDING: LA ARQUITECTURA SOCIALMENTE RESPONSABLE

LA EMPRESA	
Nombre de la empresa:	Teaching Building
Año de fundación:	2011
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.teachingbuilding.com

Teaching Building

En un sector tan denostado socialmente en nuestro país como es el de la construcción, la historia de TEACHING BUILDING supone una brillante reinención del concepto de negocio y un ejemplo a seguir. El proyecto comienza a germinar cuando Tomás Sánchez acaba los estudios de Arquitectura Técnica y se plantea la necesidad de afrontar desde su profesión la forma de reducir una de las lacras sociales más preocupantes: el acceso a una vivienda digna, especialmente en el tercer mundo. No en vano, según la ONU aproximadamente 1.600 millones de personas viven en el mundo en viviendas indignas y 100 millones simplemente no tienen vivienda.

El inicio de sus estudios de Administración y Dirección de Empresas (ADE) y la unión con Alejandro Alonso, también arquitecto de profesión, permiten a Tomás desarrollar su idea de diseñar un sistema que permita crear viviendas a un coste mucho menor que el actual. En 2011 crean **TEACHING BUILDING**, una empresa que, como bien dicen sus socios, no se dedica a construir, sino a enseñar a construir. Se trata de un proyecto con un alto carácter social y cuya misión consiste *“en enseñar a construir viviendas sociales en países en vías de desarrollo, a un bajo coste, con una alta rapidez de ejecución e incentivando el desarrollo humano y económico del país”*.

Desde el principio, el proyecto de **TEACHING BUILDING** ha sido acogido con gran interés. En 2012 ganó el primer premio y el premio *Blu:sens a la Innovación* en la IV edición nacional de la competición interuniversitaria de emprendedores *Startup Programme*, así como el *Intel Innovation Award* en la edición europea, donde competían con más de 15.000 participantes.

Para alcanzar su objetivo, Tomás y Alejandro han innovado en 3 aspectos claves:

- **El sistema constructivo.** Han patentado un nuevo sistema constructivo de paneles de hormigón prefabricado, el cuál no lleva ni vigas ni pilares y permite construir en 7 fases una vivienda.
- **La fábrica móvil.** El problema de construir con paneles de hormigón prefabricado son los altos costes que genera el transporte de los mismos desde la fábrica hasta el lugar de montaje. Tener la fábrica lo más cerca posible garantiza un coste de la vivienda más accesible. TEACHING BUILDING consigue llevar este principio al extremo, gracias a


la creación de un sistema patentado de *fábrica móvil*. Se trata de un equipo que se desplaza hasta el mismo lugar de construcción de la vivienda ahorrándose de este modo los costes de suministro y transporte de los paneles. Y una vez terminada la obra, el equipo que constituye la fábrica móvil se desplaza hacia otro lugar donde deba iniciar otra obra.

- **El sistema de formación.** Una vez que les contrate un cliente, la empresa le enseña cómo construir con su sistema y cómo utilizar la maquinaria de la fábrica móvil. Esta última innovación es para Alejandro y Tomás la más importante porque *“nunca antes en el mundo una empresa se ha dedicado a dar un servicio de formación de este tipo en la construcción”*.

Como **TEACHING BUILDING** no es una empresa constructora, sus clientes potenciales son todas aquellas empresas privadas que invierten en Responsabilidad Social Corporativa, ONGs, gobiernos de países en vías de desarrollo y empresas de construcción.

Mientras la empresa da sus primeros pasos, los dos socios siguen trabajando por cuenta ajena. Ellos conocen de primera mano y desde jóvenes la cara y la cruz de ser emprendedores, pues ambos proceden de familias empresarias de la ciudad de Badajoz. Las necesidades de financiación que conlleva un proyecto de esta envergadura no les desmotiva, porque como ellos mismos dicen *“nos embarcamos en este proyecto porque nos dimos cuenta que en el momento en que vivimos, nadie te va a solucionar tu futuro, solo nosotros podemos cambiar nuestra situación personal y colaborar para cambiar los problemas sociales que nos preocupan”*.

LOS EMPRENDEDORES	
Nombre y apellidos:	Alejandro Alonso Buzo
Lugar y fecha:	Badajoz, mayo de 1985
Estudios cursados:	Arquitectura
Nombre y apellidos:	Tomás Sánchez Colomer
Lugar y fecha:	Badajoz, septiembre de 1985
Estudios cursados:	Arquitectura Técnica. Administración y Dirección de Empresas.



Según vuestra experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que habéis tenido que hacer frente?

El principal problema es la financiación. Nuestro proyecto necesita de una inversión inicial grande para arrancar y no es fácil encontrarlo. Esa hándicap se incrementa al vincularse nuestro proyecto empresarial con el sector de la construcción, el sector más atacado por la crisis económica.

¿Qué habilidades personales consideráis clave para emprender?

Nosotros somos un equipo y cada uno aportamos unas habilidades o cualidades diferentes, pero creo que la cualidad que nos ha llevado a mejorar cada día es la capacidad de escuchar críticas.

Y ¿qué consejo os atrevéis a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Que sea realista en los planteamientos, pero no dejar de “soñar” con su proyecto.

*Suerte es lo que sucede
cuando la preparación
y la oportunidad
se encuentran y se fusionan.*

Voltaire. Filósofo francés.

III. RETRATO ROBOT DEL EMPRENDEDOR IDEAL

A través de la lectura de los casos anteriores se pueden extraer conclusiones sobre las características y las habilidades personales que describen a las personas con espíritu emprendedor. A nuestro juicio este podría ser el perfil o retrato robot del emprendedor ideal:

CREATIVIDAD E IMAGINACIÓN

El emprendedor debe tener una mente en continua actividad creativa e imaginativa para encontrar soluciones a problemas o nuevas oportunidades de negocio.

CONFIANZA

El emprendedor debe tener una fortaleza mental que le permita mantener siempre una alta autoestima o creencia en sus posibilidades y las de su proyecto. El fracaso es una posibilidad, pero no hay que tenerle miedo.

CAPACIDAD DE OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS

El emprendedor debe tener unos ojos que le permitan observar lo que sucede en su entorno y analizar objetivamente las consecuencias positivas y negativas que se derivan de los cambios.

CAPACIDAD DE APRENDIZAJE

El emprendedor debe tener unos oídos que le permitan estar en continuo proceso de aprendizaje, para aprender de las experiencias, de los fracasos, de los demás y, todo ello, sabiendo escuchar críticas.

CAPACIDAD COMUNICATIVA

El emprendedor debe tener una boca que le permita comunicar y convencer de las bondades de su proyecto a socios, inversores, clientes, proveedores y posibles aliados. Debe ser capaz de inspirar confianza.

INTUICIÓN

El emprendedor debe disponer de un olfato especial para intuir oportunidades antes que los demás, así como para saber el momento adecuado para aprovecharlas.

TRABAJO DURO

El emprendedor debe poseer dos brazos que le permitan trabajar duro para conseguir su sueño.

PASIÓN

El emprendedor debe tener un corazón que le permita vivir con pasión e ilusión el proyecto con el que sueña.

PERSEVERANCIA

El emprendedor debe disponer de unas piernas que le permitan tener constancia, capacidad de sufrimiento y tesón para alcanzar su sueño, aun por el camino se encuentren dificultades.



IV. LECCIONES CLAVE

ANTES DE INICIAR UN PROYECTO

También a través de la lectura de las distintas píldoras emprendedoras se pueden extraer mensajes que sirven de lección para aquellos jóvenes que estén desarrollando su idea de negocio. Estas son, a nuestro modo de ver, los 5 aspectos más relevantes a tener en cuenta antes de dar el paso de crear tu proyecto.



Nº. 1. Define tu idea de negocio en términos de **necesidad que tratas de satisfacer** en los clientes potenciales. No la defines basándote en el producto (bien o servicio) que vas a vender. Los clientes no compran productos, compran la satisfacción de sus necesidades.



Nº. 2. Busca una respuesta objetiva a la pregunta: ¿qué mercado existe para el negocio que tienes en la cabeza? Para ello es necesario que realices una evaluación del atractivo actual y futuro del mercado (oportunidades y amenazas), o lo que es lo mismo, **analiza el entorno**: demanda, comportamiento de los clientes, competidores, situación macroeconómica, social, legal, etc. Con la información que obtengas, decide si es el momento de dar el paso.



Nº. 3. Como es imposible satisfacer a todos, selecciona cuál será el **segmento de clientes** al que quieres atender de forma preferente. Los individuos que lo formen serán tu público-objetivo y deberás tratar de conocer sus características y deseos antes de diseñar el producto a vender.



Nº. 4. Al cliente le debes dar una razón para comprar tu producto y no los de la competencia. Por eso debes **diferenciarte**, ser diferente al resto en algún atributo que valore el cliente en su decisión de compra. Si tu producto no va a tener nada claramente diferente al resto, la única opción que te queda es ser capaz de poner el precio más bajo.



Nº. 5. Si el análisis del entorno es positivo, aún debes seguir manteniendo la precaución. Antes de emprender debes realizar un plan económico financiero, en el que **estimes todas las inversiones y gastos** que consideres que vas a soportar y tus posibles fuentes de financiación.

Si los costes resultan excesivos para los ingresos que puedas obtener o las inversiones son demasiadas para la financiación con la que cuentas al principio, plantéate el tamaño adecuado de tu proyecto. Se puede empezar poco a poco e ir creciendo conforme tu proyecto se consolide en el mercado.

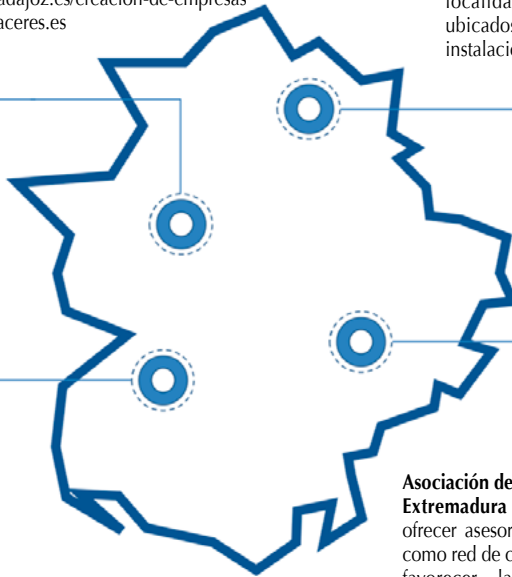
V. EL MAPA DEL TESORO

PARA LOS EMPRENDEDORES EXTREMEÑOS

Como si fuera una aventura de piratas, el emprendedor, antes de iniciar su viaje, debe disponer de un mapa que le oriente para encontrar el tesoro, es decir para alcanzar el objetivo de crear su propio negocio. Son muchos los organismos que ofrecen actualmente apoyo a los emprendedores, pero hemos seleccionado como más relevantes los siguientes:

Cámaras de Comercio: disponen de departamentos propios para el asesoramiento a emprendedores y gestionan sus propios viveros de empresas; espacios ubicados generalmente en edificios de oficinas que son cedidos a emprendedores para favorecer el inicio de la actividad de su empresa.
www.camarabadajoz.es/creacion-de-empresas
www.camaracaceres.es

A nivel local se puede acudir al **agente de empleo y desarrollo local** que existe en muchas de las localidades de la región, ubicados generalmente en las instalaciones del Ayuntamiento.



Puntos de Activación Empresarial: dependientes del Gobierno de Extremadura y ubicados en las principales localidades de la región. Además de asesoramiento general para la creación de empresas, a través de ellos se puede obtener información de los viveros y centros existentes en la región para la incubación de empresas mediante espacios compartidos de trabajo y asesoramiento para emprendedores.
<http://activacionempresarial.extremaduraempresarial.es>

Asociación de Jóvenes Empresarios de Extremadura (AJEx): Además de ofrecer asesoramiento, también actúa como red de contacto o *networking*, al favorecer la relación entre los empresarios. Es de destacar que AJEx no solo permite la asociación a jóvenes que ya se han convertido en empresarios, sino también permite la asociación de aquellos jóvenes con vocación emprendedora pero que aún no han creado su negocio. De esta forma, tienen acceso preferente a asesoramiento, contactos, etc.
www.ajeextremadura.com

