23 negocios para montar ahora

¿Qué sectores tienen más futuro y qué negocios pueden tener más posibilidades de éxito? Hemos analizado cuáles son los más emergentes y qué negocios debes montar ahora. Además, te contamos 23 experiencias que ya están funcionando.

Realizado por Javier Escudero.

Agradecimientos

La elaboración de este dossier ha sido posible gracias a la colaboración de todas las empresas que aparecen nombradas al final de la página 92. Y, en especial, a las siguientes instituciones: la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (Aje Confederación), la Fundación Entorno, la Asociación Española de Comercio Electrónico, la Fundación Incyde del Consejo Superior de Cámaras de Comercio e Industria y el Centro de Innovación en la Gestión del Turismo y el Ocio del Instituto de Empresa.

Negocios de futuro para montar ahora

En cualquiera de los sectores que hemos seleccionado existen muchas oportunidades de negocio con enormes posibilidades de futuro. Antes de elegir el negocio más apropiado debes palpar la calle y conocer las exigencias de tu público objetivo.

La mayoría de los negocios que destacamos en este dossier ya están funcionando con muy buenos resultados, bien porque han sido pioneros en su idea de negocio, bien porque operan en sectores vírgenes con una amplia demanda.

Una empresa de Castellón dedicada a cubrir las necesidades sociosanitarias de discapacitados y sus familias, otra de Madrid centrada en el desarrollo y gestión de guarderías en parques empresariales o un grupo de profesionales de Murcia que ofrece servicios especializados para el hogar son algunas de las 23 experiencias que están triunfando en estos mercados emergentes.

Emerger con fuerza

Los sectores con más posibilidades de éxito a medio y largo plazo que hemos localizado son los de servicios sociosanitarios, especialmente la asistencia a domicilio; los servicios y/o productos especializados dirigidos a particulares y empresas; las nuevas formas de ocio; los negocios relacionados con el culto al cuerpo y la salud; aquéllos otros que nacen de la mano de las últimas normativas medioambientales; los relacionados con la tecnología; los que se centran en la gestión de nuestro rico y variado patrimonio cultural, y muy especialmente –y que abre este dossier– los negocios que se pueden desarrollar alrededor de la personalización de vehículos, conocido como *tuning*.

Mucha imaginación

En todos y cada uno de esos mercados emergentes las posibilidades de nuevos negocios son tan amplias como las ganas de innovar de los emprendedores. Como señala **Fernando Pardo**, presidente de la Asociación de Comercio Electrónico, "¿qué negocios se pueden montar? Eso sólo está limitado por la imaginación del empresario".

Partiendo de esta premisa debemos tener en cuenta las claves para elegir el negocio más apropiado:

Experiencia en el sector. Aunque no es necesario, "el profesional con conocimientos y experiencia en un sector determinado sabe cuáles son los huecos y oportunidades que puede haber y que otras empresas de su entorno no cubren", explica **Francisco Álvarez**, de la Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio.

Capacidad de gestión. Independientemente del sector y negocio elegidos es muy importante que los emprendedores posean capacidad de trabajo y disciplina en la gestión.

Prospección del mercado. Es fundamental también analizar la zona geográfica en la que vamos a instalar nuestro negocio para saber cuáles son las necesidades de los consumidores y si existen o no otras empresas que cubran ya esas demandas. Como subraya Álvarez, no consiste tanto en buscar la idea brillante "porque sólo funcionan en el 1% de los casos, sino en estar en la calle y ver las necesidades reales del mercado".

Estructuras flexibles. Según **Juan Pablo Lázaro**, presidente de Aje Confederación, "en la actualidad se está apostando por un modelo de empresa dirigida al sector servicios, que no requiere grandes inversiones, que reinvierta los beneficios y de estructura flexible y no rígida, que nos permita adaptarnos a las evoluciones del mercado y a los cambios en las exigencias de los consumidores".

'TUNING' La personalización de vehículos: un gran negocio sobre ruedas que despunta en toda España

Montador, instalador, distribuidor, creador de 'software' son sólo algunas de las posibilidades de negocio que se pueden poner en marcha alrededor de esta tendencia o estilo de vida.

La personalización de vehículos se ha convertido en uno de los negocios con más futuro. Lo que surgió hace unos años como moda se ha convertido en un estilo de vida, como dicen los amantes de esta filosofía.

Los argumentos que justifican las enormes posibilidades de éxito de este área de negocio son los siguientes:

Amplio mercado

El número de seguidores ha crecido en los últimos años en toda España (sólo hay que buscar en Internet por la palabra *tuning* y descubrir las asociaciones y clubes de aficionados que existen).

Clientes fieles

A los *tuneros* no les importa gastarse grandes cantidades de dinero hasta conseguir que su coche esté totalmente equipado y a su gusto. Los gastos suelen rondar entre 6.010 y 30.050 euros.

Gran variedad

El *tuning* va más allá del montaje de elementos mecánicos, eléctricos y electrónicos (llantas, alerones, suspensiones, luces, equipos de sonido, etc.).

La gama de productos que se pueden ofertar a este tipo de consumidores es muy amplia y va desde el *merchandising* tradicional hasta la ropa y complementos.

Mucha tradición

Aunque no es erróneo afirmar que la filosofía del *tuning* (hacer coches únicos) nació a la vez que aparecieron los primeros automóviles en el mercado, también es cierto que esta moda comenzó hace unos 30 años en países como Estados Unidos o Alemania. A diferencia de éstos, donde el negocio del *tuning* está más profesionalizado, en España, hasta hace bien poco –unos 4 o 5 años– se ha desarrollado más de forma artesanal e individualizada (cada propietario se reconstruía su coche).

Profesionalizar

Aunque ese carácter artesanal continúa, el aumento de la demanda obliga a la profesionalización de este tipo de negocios con el objetivo de ofrecer calidad y ser competitivos. Alrededor del *tuning* se abren numerosas posibilidades:

- **Taller de montaje.** Desde unos 12.020 euros –incluso algo menos–, según el tipo de maquinaria necesaria, se puede poner en marcha un taller. Dependiendo de nuestro capital, podemos dar un sólo servicio o varios. Por ejemplo, podemos especializarnos en pintura y adhesivos o en tapicería. También, dedicarnos al montaje de equipos de sonido o al de lunas (la mayoría de los coches deben llevar cristales blindados que amortigüen las vibraciones de los equipos de música). Aquí no se acaban las posibilidades, porque el montaje de bombillas de plasma y neones está causando furor en el mercado. Lógicamente, sin olvidar el montaje de piezas mecánicas.
- **Banco de pruebas.** La mayoría de los productos que se instalan en estos coches deben estar homologados (algunos evitan este trámite, a pesar de las fuertes multas de Tráfico). Desde unos 30.050 euros, podemos montar un banco de pruebas que analice y evalúe las piezas instaladas para su homologación.
- **Concentraciones.** Los *tuneros* se suelen reunir varias veces al año para mostrar sus creaciones e intercambiar experiencias. Una posibilidad de negocio es la de crear una agencia que organice este tipo de eventos. Se necesita contar con una base de datos con información de clubes, distribuidores y talleres.
- **Otras ideas.** Crear una empresa que desarrolle *software* de diseño o una asesoría de imagen y comunicación para que se den a conocer los diferentes talleres y distribuidores de piezas, son otros posibles negocios.

Amalio Tuning, calidad y seguridad

La principal ventaja competitiva en el negocio del *tuning* es ser exclusivo. Este aspecto marca la gran diferencia, ya que los consumidores de este tipo de productos y servicios buscan que sus coches sean únicos.

Clientes de toda España

Ésta es una de las garantías del negocio puesto en marcha por Amalio Martínez. Siempre ha sido muy aficionado a modificar motos y coches, aunque desde hace 6 años se dedica a esta actividad de forma profesional, "después de comprobar que había mucho mercado por cubrir y mucho *tunero* ilegal". Desde entonces a su taller, Amalio Tuning, ubicado en Terrassa (Barcelona), y en el que tuvo que invertir entre 48.080 y 60.101 euros, llegan clientes de toda la geografía española.

El motivo es que Amalio está considerado uno de los mejores artistas del *tuning*. Sus creaciones en los coches han conseguido numerosos premios nacionales e internacionales. "Esto nos ha dado mucho prestigio, tanto por la calidad como por la seguridad de nuestras preparaciones". Este profesional del *tuning* fabrica sus propias piezas, lo que otorga a sus creaciones exclusividad: "Los coches que yo monto no salen dos iguales".

Amalio Martínez ha conseguido con la creación de sus coches numerosos premios.

Los productos y servicios deben ser casi 'a la carta'

Los expertos consideran que el mercado actual es más complicado que hace unos años porque el consumidor es ahora mucho más exigente.

Personalizar

El público ya no se preocupa sólo por aspectos tradicionales como el precio y los plazos de entrega, sino que los nuevos productos y servicios que se le ofertan deben ser *casi* personalizados para poder satisfacer necesidades concretas (por ejemplo, la atención domiciliaria), o incluso puntuales (los servicios de comida a casa). Esto nos da idea de que se podría montar cualquier negocio en cualquier parte siempre que cumpla con las expectativas del cliente.

Con decisión

Juan Pablo Lázaro, de Aje Confederación, recomienda perder el miedo al fracaso y a tomar decisiones. "Antes de montar un negocio debemos tener en cuenta el concepto de la prisa: una empresa cuesta tiempo y dinero y el éxito tarda en llegar. Por eso hay que establecer unos objetivos, planificar estrategias, programar los resultados y presupuestar".

SERVICIOS SOCIOSANITARIOS La teleasistencia y la ayuda a domicilio

Para mayores y sus familias

Ayuda Familiar Castellón, SL es una empresa de servicios que nació en septiembre de 2000 de la mano de dos ex directivos en edad de prejubilación. "Valoramos este sector como emergente", reconoce José Meliá, con experiencia de más de 30 años en la gestión empresarial.
Con un capital social de 60.101 euros (el 80% de la inversión se destina principalmente a gastos de personal), esta empresa tiene contratos de servicio con ocho ayuntamientos de su provincia. "Y después de casi tres años de actividad hemos llegado al umbral de rentabilidad. Este año facturaremos entre 240.404 y 300.506 euros". La compañía ha conseguido hacerse un nombre en el sector gracias a la personalización de sus servicios a mayores enfermos, a discapacitados y a sus familias. Así, ofrece, entre otros, servicios médicosanitarios (da teleasistencia y ayuda a domicilio), tareas relacionadas con limpieza y mantenimiento del hogar, canguro para niños y labores de acompañamiento.

De izda. a dcha., Mercedes de la Dedicación y María Meliá, de Ayuda Familiar Castellón, SL

La atención a personas mayores y discapacitados centrará la actividad de los servicios sociosanitarios en los próximos años. La teleasistencia y la ayuda a domicilio son buenas oportunidades.

El informe *2002: Las personas mayores en España*, del Ministerio de Asuntos Sociales, señala que en 2050 cerca del 38% de la población tendrá más de 64 años (13 millones de personas frente a los 6,8 millones del año 2000). Las proyecciones sitúan a España entre los países más viejos del mundo junto a Japón e Italia.

Nuevos hábitos

Este aumento en el número de personas mayores llevará implícito un cambio en los hábitos de comportamiento y en las necesidades de consumo de este colectivo. Los servicios y productos que más se demandarán (y que ya han empezado a ser una realidad) están estrechamente ligados a la ayuda y la asistencia sociosanitaria.
Este envejecimiento poblacional ha propiciado en los últimos años la aparición de empresas dedicadas a la gestión de residencias (*www.inforesidencias.com*), un mercado tal vez muy copado ya. Muchos ancianos, bien por falta de recursos económicos o porque no quieren pasar sus últimos años de vida en una residencia, deciden seguir viviendo en sus casas. Esta situación abre la puerta a nuevos servicios dirigidos a cubrir las necesidades asistenciales de estas personas.

Oportunidades

Uno de ellos es la teleasistencia utilizando las nuevas tecnologías (Internet, telefonía móvil, dispositivos de alarma, etc.). Estos servicios a distancia se pueden ampliar y complementar con la asistencia a domicilio: cuidado de enfermos, servicio de limpieza física y de hogar, preparación de comida, etc.

A las familias

Otra idea de negocio es la de desarrollar programas de ayuda dirigidos, tanto a los mayores como a las personas que conviven con ellos. Tradicionalmente, en España el cuidado de los ancianos ha recaído casi siempre en la figura de la mujer. Los nuevos hábitos de trabajo fuera de casa de los miembros del nucleo familiar obliga a recurrir a la búsqueda de ayuda externa.

Dónde ubicar los negocios

Según el citado informe, Andalucía, Cataluña y Madrid son las regiones españolas con mayor número de ancianos empadronados en sus municipios (con casi 3 millones de mayores de 64 años del total de 6,8 millones).

Municipios urbanos

En el cómputo global, en los municipios de más de 50.000 habitantes viven algo más de 3,2 millones de ancianos. En esta distribución no hay que olvidar a los pueblos de 20.000 a 50.000 habitantes, con 753.000 mayores de 65 años. Ni tampoco a los municipios de 2.000 a 10.000, que superan el 1.200.000 ancianos.
En los pueblos de entre 10.000 y 20.000 habitantes, la cifra ronda los 700.000 mayores.

GUARDERÍAS Para empresas

En España cada vez hay más niños en edad preescolar y más familias que demandan guarderías cerca de sus puestos de trabajo y, a ser posible, en el mismo centro empresarial. Sin duda es una oportunidad de negocio en crecimiento.

La cifra de nacimientos ha empezado a despegar (algo más de 403.000, según el último censo) después de trece años de caída. Según el Instituto Nacional de Estadística, hay unos dos millones de menores de 0 a 4 años.

Rendimiento laboral

Estos datos unidos a la inquietud de los padres por tener cerca a sus hijos mientras trabajan propicia un nuevo mercado dirigido tanto a padres como a empresas, con el incentivo a éstas de que pueden obtener beneficios en su productividad, por la satisfacción y rendimiento de los empleados que tengan hijos.
Con esta filosofía, en septiembre de 2002 nace MásBebés, una empresa que diseña, desarrolla y gestiona centros de educación preescolar para empresas. "Llegamos a este sector, primero, por la necesidad como padres, donde siempre la pareja tiene que sacrificar su vida para cuidar de los hijos, y también porque vimos que existe un déficit de plazas", explica Ignacio Estella, uno de los socios de la compañía. Con una inversión inicial de unos 100.000 euros (y una ampliación de capital de un millón), este año abrirán dos guarderías en sendos parques empresariales y prevén tener entre 30 y 40 centros en un período de entre 5 y 10 años.

De izda. a dcha., Alex García Blay, Salvador García-Atance e Ignacio Estella, de la empresa MásBebés.

CULTO AL CUERPO Deporte y salud al alcance de la mano

La gimnasia 'inteligente', los balnearios urbanos y las terapias naturales son algunos de las negocios que se pueden ofrecer tanto a los particulares como a las empresas.

La preocupación por sentirnos bien con nosotros mismos, tanto física como espiritualmente, ha generado en los últimos años un enorme interés por el deporte y la salud. De los tradicionales gimnasios se ha pasado a la demanda de servicios personalizados como, por ejemplo, la denomina gimnasia 'inteligente' o las terapias naturales dirigidas a la mejora de la salud.

Para empresas

La ventaja de este tipo de servicios es que se pueden ofrecer, no sólo a particulares, sino también a las empresas como pago en especies a sus trabajadores.
Así, se pueden diseñar programas deportivos y terapéuticos específicos para prevenir determinadas dolencias según la actividad laboral de los empleados de una empresa (administrativos, personal de seguridad, etc.).

Los SPA

Otro de los negocios que más se están demandando son los balnearios urbanos, que permiten –sin tener que desplazarse muchos kilómetros hasta los balnearios tradicionales– beneficiarse de las servicios de éstos.
Así ha nacido, por ejemplo, Aguas de Vida SPA, un balneario urbano del Grupo Residepil (fabricante suministrador de estética, electromedicina, broncea-do, instalaciones deportivas y balnearios). Con un centro piloto en Barcelona, esta empresa pretende franquiciar su idea de negocio. Para finales de 2003 prevé tener abiertos entre 5 y 8 centros.
No obstante, "aunque por solicitudes podríamos crecer con un volumen 15 veces superior, dado que nuestro umbral de población es de 20.000 habitantes, no apostamos por una expansión explosiva. Preferimos crecer más tranquilamente", explica Enrique Ramos, responsable de expansión.
La inversión en equipos y obra es de 240.000 euros, para un local de 250 m², más un canon de entrada de 12.024.

Tratamientos personalizados

Mundo Salud es un negocio pionero en España puesto en marcha a finales de 2002, con una inversión inicial de 15.000 euros (y una ampliación de capital de 500.000 euros), por un grupo de osteópatas, fisioterapéutas y gestores. Tras estudiar el mercado internacional han desarrollado, tanto para particulares como para empresas, el método Pilates y el masaje *on site*.
Otro negocio puntero es el que dirige Enrique de Hoyos: TD Entrenamiento y Salud (12.020 euros de inversión inicial) nace en 1999 "con la idea de ofrecer a los particulares medios que hasta ahora se venían utilizando en el deporte profesional". Además del entrenamiento personal (TD cuenta con un laboratorio de valoración del rendimiento físico), gestiona actividades deportivas.

Arriba, el equipo de Mundo Salud y, abajo, el de la empresa TD Entrenamiento y Salud.

Para no perder detalle de los hijos

Cómo aprovechar la tecnología en el mundo de las guarderías? La empresa almeriense Gestión Global ha encontrado una respuesta de negocio, Guardinet: un portal de Internet que permite a los padres contactar de forma visual, a través de una clave secreta y de uso restringido, con la guardería en la que está su hijo. Dirigido especialmente a las guarderías privadas de toda España, Gestión Global ha desarrollado un *software* (por valor de 12.000 euros) que conecta las guarderías con la Red a través de unas diminutas cámaras de televisión instaladas en los centros educativos. El precio del servicio es de una cuota única de entre 1.500 y 2.000 euros y otros 50 euros al mes por los servicios de la *web*.

Francisco Luis Reche, de Gestión Global, explica a la directora de una guardería el funcionamiento de Guardinet.

GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Mercado para el sector privado

Las posibilidades de negocio en la gestión del patrimonio artístico y cultural de una región son tan amplias como recursos con los que cuente. Crear una consultora es ideal para este mercado.

Revalorización de la riqueza popular

Culture.O2 es una empresa nacida a principios de este año por Víctor Moraleda, licenciado en Historia. En este proyecto empresarial ha invertido los 9.000 euros del premio a la iniciativa empresarial convocado en 2002 por la Confederación de Empresarios de Valladolid.

Mercado virgen

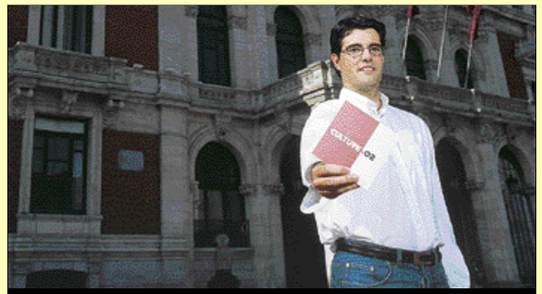
Su mercado se centra principalmente en la riqueza cultural de Castilla y León. "Hay un gran mercado de revalorización del patrimonio aún por cubrir", asegura Moraleda. Los servicios de Culture.02 son muy amplios y van desde los de asesoría cultural, la gestión de proyectos, hasta el turismo y el archivo documental. Así, desarrolla *consulting* a entidades locales y organizaciones culturales "con el objetivo de dinamizar los recursos patrimoniales y potenciar los beneficios tanto culturales como económicos". Además, se centra en la dirección y gestión de centros culturales de propiedad pública o privada para mejorar su difusión social. También organiza eventos como congresos, exposiciones, conferencias y cursos para dar a conocer la cultura popular y artística y el intercambio de experiencias. El estudio, análisis y evacuación de recursos, el diseño de rutas turísticas, la edición de guías y el mantenimiento de archivos son otros servicios.

Si España es un país rico, sin lugar a dudas, lo es, entre otras cosas, en su patrimonio histórico-artístico. Hasta hace bien poco, la gestión de esta riqueza cultural ha estado básicamente en manos de las diferentes administraciones públicas. Pero la incapacidad por falta de personal o de conocimientos, en unos casos, o desidia en otros, ha abierto un gran mercado al sector privado.

Oferta cultural

Así, muchos son los rincones de España que encierran una tradición cultural o que cuentan con un amplio catálogo de riquezas artísticas que pueden ser gestionadas para su disfrute público y social.

La creación de empresas de esta naturaleza depende, además de tener los conocimientos específicos y necesarios, de la oferta cultural del entorno, sobre todo. Por eso es importante analizar los pueblos de la zona, el conjunto arquitectónico, los creadores artísticos, el fondo cultural de las diputaciones y entidades locales. De esta manera, podemos optar a los diferentes concursos públicos que las instituciones convoquen o presentar proyectos concretos para gestionar el patrimonio.



Víctor Moraleda (en la foto), responsable de Culture.02, gestiona junto a su hermana Sagrario varios proyectos culturales en Valladolid.

Oportunidades de negocio

Las posibilidades en este sector no se limitan al *típico* museo de una localidad, sino que está abierto al patrimonio público y privado. Por ejemplo, la gestión del fondo documental de una comarca minera, la riqueza ecológica de un hábitat protegido o la historia de una zona vitivinícola, entre otras.

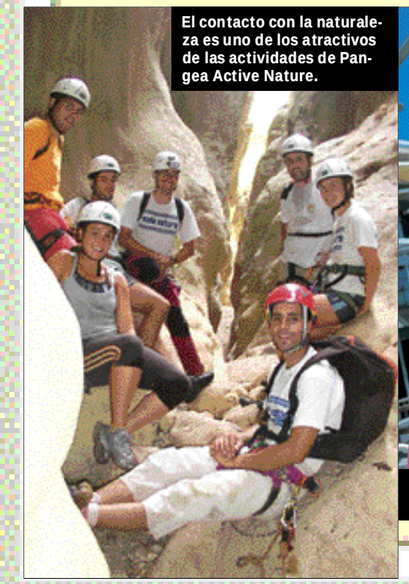
Los recursos necesarios

Para poner en marcha un empresa de estas características no es necesario contar con muchos recursos financieros y humanos. Desde algo más de 6.000 euros (destinados al alquiler de oficina, material y tecnología) se puede crear una consultora, que esté dirigida por dos o tres personas, además de contar con varios colaboradores expertos en materias concretas. El resto de empleados se puede contratar a medida que vayan surgiendo los diferentes proyectos.

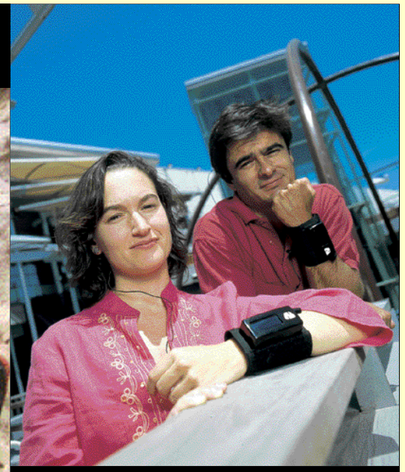
OCIO

Turismo de interior y las nuevas formas de entretenimiento y descanso

Paradójicamente, la crisis del turismo internacional ha potenciado con fuerza la demanda de nuevas formas de ocio y de turismo de interior. Ahora es un buen momento para desarrollar y gestionar negocios originales que sepan combinar diversión y descanso.



El contacto con la naturaleza es uno de los atractivos de las actividades de Pangea Active Nature.



Los hermanos Silvia y Jorge Juan García Alonso muestran la consola-muñequera 'Négone'.

El trágico 11 de Septiembre vino a confirmar la crisis del turismo internacional. El miedo a atentados terroristas en complejos turísticos ha llevado a un retraimiento de la demanda de viajes fuera de las fronteras nacionales. En compensación, el turismo de interior (tanto el de carácter rural como el cultural y educativo) ha crecido de forma desorbitada en toda España.

Experiencias nuevas

No obstante, "el turismo ya no consiste exclusivamente en viajar a un destino para visitar un lugar concreto o permanecer relativamente inactivo disfrutando de un determinado ambiente. Muchos buscan experiencias completas para las que hacen falta que distintas empresas e instituciones ofrezcan diferentes servicios que se complementen", asegura Julio Urgel, presidente del Centro de Innovación en la Gestión del Turismo y el Ocio del Instituto de Empresa. Así, según este experto, existen oportunidades empresariales para aquéllos que sepan "diseñar formas nuevas de interrelacionar o facilitar la colaboración de todas aquellas entidades involucradas en crear experiencias más completas". Por ejemplo, una casa rural que no se centre exclusivamente en dar alojamiento a sus clientes, sino que diseñe un programa de actividades con visitas gastronómicas, culturales, deportivas, musicales, etc.

Con la naturaleza

Pangea Active Nature es una empresa puesta en marcha en 2002 por un grupo de jóvenes amantes del deporte y la naturaleza. Ubicada en la serranía de Ronda, junto a tres parques naturales, esta empresa "posee un activo muy importante que nos diferencia de otras zonas como es nuestro número de días de sol al año. Hemos tenido grupos realizando actividades en bañador cuando nevaba en el resto de España", explica la directora Emilia Castillo. Con una inversión de 35.000 euros (principalmente, para la compra de material técnico y publicidad), Pangea ofrece servicios de turismo adaptados al perfil de cada cliente. "Así, podemos organizar, por ejemplo, un vertiginoso descenso en bicicleta desde lo alto del Parque Sierra de las Nieves hasta la Costa del Sol para amantes del *mountain bike* o una tranquila ruta cicloturista para un grupo de extranjeros de 50 años por los pueblos blancos de la serranía parando para degustar vino y chacina de la zona". Con esta filosofía han creado también un catálogo de productos para incentivos de empresa.

Interactividad

Otro tipo de negocio novedoso es el que han creado los hermanos Silvia y Jorge Juan García Alonso. *Négone* es un juego de realidad interactiva –no realidad virtual– que se desarrolla en un local, donde se combinan escenografías y efectos especiales. Esta iniciativa pionera en el mundo (para lo que han solicitado la patente) combina características de los videojuegos, de los juegos de rol y de los parques de atracciones.

Los promotores de esta idea, que cuenta con el apoyo del Grupo Neinver y de El Corte Inglés, ultiman su primer centro en Madrid y prevén expandirse por centros comerciales y de ocio, así como por zonas turísticas, donde se concentra gran público extranjero.

OcioJoven y El Mundo del Single

Son dos negocios dirigidos expresamente a las demandas de dos colectivos con unas necesidades muy específicas.

Para los más jóvenes

Hace seis años Mario Brüggemann creó con 3.000 euros OcioJoven Networks, "un portal de ocio dedicado a los temas que más interesan a este colectivo: videojuegos, cine, música, comic, etc.", explica su fundador. En 2001, el portal entra a formar parte del grupo Parques Reunidos. Hoy, la empresa tiene tres líneas de negocio: una revista, una tienda *on line* y una empresa de desarrollo de *web*. En 2002 facturó 400.000 €.

Soltero, separado y viudo

En sólo tres meses de vida (de febrero a mayo), el portal El Mundo del Single pasó de recibir 40.000 visitas a más de 3,6 millones. Con una inversión inicial de 12.020 euros (más 72.000 de ampliación), Fernando Cebeiro y Cristina Sáez idearon a principios de 2003 un negocio que da servicio de ocio a solteros, divorciados, separados y viudos. "Nuestra idea ha sido crear un entorno amable y sencillo en el que puedan disfrutar en grupo de actividades culturales, deportivas, etc", explican.

La 'web' de El Mundo del Single ha recibido en cuatro días más de 500.000 de visitantes.

www.emprendedores.es

NEGOCIOS TECNOLÓGICOS

La banda ancha, el SMS y la domótica

Este denostado sector ofrece muchas oportunidades. Sobre todo, las que aprovechen el acceso de banda ancha y la tecnología SMS. También el desarrollo de soluciones informáticas personalizadas para pymes, la seguridad tecnológica y la domótica.

El sector de la tecnología vive una situación harto complicada: por un lado, la explosión de la burbuja tecnológica en 2000 dejó una profunda huella de desconfianza en las áreas de telecomunicaciones, Internet e informática, que todavía no ha cicatrizado.

Mayor consumo

Y, por otro, en cambio, no se puede decir que haya una crisis de mercado "porque cada vez hay más usuarios que consumen productos y servicios de este sector", señala Fernando Pardo, presidente de la Asociación Española de Comercio Electrónico. Como aseguran los expertos, el principal error ha sido el de lanzar productos sin haber analizado antes si había o no demanda: la televisión y la radio digital son dos claros ejemplos. "Se ha olvidado la máxima de que lo importante no es vender lo que se produce sino producir lo que se vende", subraya Pardo.

Oportunidades de negocio

No obstante, los expertos consideran que hay hueco para nuevos negocios, sobre todo para aquellos que aprovechen las redes de acceso de banda ancha y aporten un valor añadido con nuevos servicios. Por ejemplo, todos los negocios relacionados con el *WiFi*, el acceso a Internet sin hilos. Otro oportunidad de negocio es la de dar servicios de voz sobre ADSL, por ejemplo, crear empresas de teletrabajo.

Otra posibilidad es aprovechar la tecnología móvil SMS (la que utilizan los mensajes multiusos que se han popularizado tanto en los últimos meses para enviar y recibir logos, melodías, votar en concursos televisivos...). "Esta tecnología tiene una capacidad tremenda para enviar cualquier cosa. Todo aquello que puedo enviar por papel puedo hacerlo a través del móvil: entradas de espectáculos, lotería, etc.)", explica Pardo.

En el terreno de la informática, las oportunidades se centran en el desarrollo de aplicaciones y herramientas prácticas y personalizadas para solucionar problemas concretos. "Faltan consultoras tecnológicas para las pymes. Hay que ofrecer soluciones informáticas a medida que ayuden a ahorrar dinero a las pymes", sugiere Juan Pablo Lázaro, de Aje Confederación.

Seguridad informática

El comercio electrónico, tanto entre empresas como entre usuario y vendedor, ha generado una demanda de servicios de seguridad informática que preserve la confidencialidad de los datos y la viabilidad de las transacciones. También hay demanda de productos y servicios relacionados con la seguridad privada, tanto para particulares como para empresas.

De izda. a dcha., Javier Fernández, Antonio Velasco y Félix Fernández-Arrojo, de m-Solutions.

Pilar Garrido y Carlos F. Cao, de Casa Inteligente, empresa dedicada a la domótica.

Las posibilidades del 'wireless'

Que la tecnología inalámbrica –o *wireless*– tiene mucho futuro lo saben muy bien los responsables de Mobile Solutions Consulting Group, S.L., que en diciembre de 2001 se ponían en marcha con 3.000 euros y la cifra de facturación prevista para 2002 llega a los 2,8 millones de euros.

Un amplio mercado

"Nuestro mercado está en las empresas que quieran trasladar datos sin necesidad de grandes obras de cableado y en las que quieran usar el mensaje de texto e imagen por móvil para acciones de marketing", explican los socios de m-Solutions, que recuerdan sus inicios tras analizar la repercusión que el *wireless* estaba teniendo en Europa y EE UU.

Dos proyectos novedosos

La tecnología de m-Solutions permite que, por ejemplo, una empresa de gestión de aguas reciba datos sobre su caudal, nivel de agua y grado de potabilidad directamente desde el embalse a la central a miles de kilómetros de distancia sin cablear a través de un emisor y receptor *wireless*. Otras posibilidades que ofrece su tecnología son sus proyectos de SMS: por ejemplo, un servicio para sordomudos, uno de venta de productos a domicilio a través del móvil, o el de envío de mensajes de alerta a madres en periodos de máxima fertilidad o a enfermos de Alzheimer para avisarles de su medicación.

Casa-Inteligente

La domótica, la video vigilancia y la venta de productos para la seguridad personal son las áreas de negocio de Casa Inteligente, una empresa gallega creada por Pilar Garrido en agosto de 2002 con 25.000 euros.

"Buscamos productos innovadores y, sobre todo, sin competencia en nuestra zona geográfica para acercarlos a todo tipo de clientes, tanto particulares como empresas", recuerda Garrido. Con esta idea puso en marcha una tienda para vender sistemas domóticos para viviendas, equipos de vigilancia remota con cámaras a través de Internet para oficinas, coches, etc., y material de seguridad personal, entre otros productos.

La ventaja competitiva de Casa Inteligente es que el cliente puede instalarse él mismo los productos sin ningún tipo de problema, ya que sólo es necesario enchufar los módulos en la corriente sin realizar ningún tipo de obra.

MEDIO AMBIENTE

Consultoras especializadas

Las oportunidades aquí vienen marcadas por la aparición de leyes que obligan a las empresas a adaptar su actividad. Hay que estar muy atentos a las normas que se van aprobando.

La concienciación de las empresas por el medio ambiente ha crecido en los últimos años.

Pero esta afirmación no sería del todo justa si negáramos que parte de la culpa de esta preocupación por el entorno se debe, sobre todo, a la aparición de nuevas normas que obligan a respetarlo y cuidarlo.

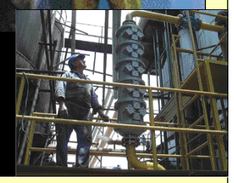
Oportunidades

En cualquier caso, sea como fuere, a raíz de todo esto hay una demanda importante de servicios relacionados con la preservación ambiental: gestión de residuos, protección y mantenimiento de zonas naturales, energías renovables, etc. Por eso, montar una empresa de consultoría y de asistencia técnica es una buena inversión.

Según la Fundación Entorno, en la actualidad se están debatiendo dos normas que obligarán a las empresas a hacer cambios. "Una es la directiva sobre residuos eléctricos y electrónicos, de la que ya existe un borrador de real decreto para su próxima aplicación en España, y otra es la normativa IPPC para la autorización ambiental, que ya se transpuso el año pasado y sólo se aplica en Cataluña", afirma la Fundación.

La primera obliga a los que pongan en el mercado una serie de productos (desde electrodomésticos grandes y pequeños, hasta equipos de informática, juguetes, aparatos médicos y máquinas expendedoras, entre otros) a su recogida y tratamiento. Esta obligación llevará a muchas empresas a externalizar esas funciones.

Y la segunda abre la puerta a la creación de consultoras informáticas que se ocupen del tratamiento y proceso de toda la información medioambiental que las empresas tendrán que facilitar a las administraciones.



De izda. a dcha., José A. Romero-Lozada y Luis Ignacio Libreros, socios de Eco-Technologies.

Negocios para la limpieza de residuos de fluidos

Nuestra empresa surge como respuesta a la constante preocupación de las compañías por el ahorro y por un adecuado uso y mantenimiento de los recursos naturales en la industria, así como por la conservación del medio ambiente", afirma Luis Ignacio Libreros, uno de los dos socios de la empresa EcoTechnologies. Ubicada en Madrid, esta consultora –en la que los dos socios invirtieron 30.000 euros, principalmente, en la compra de equipos tecnológicos– comercializa en exclusiva para la Unión Europea un catalizador físico y ecológico que evita la formación de residuos en tuberías e instalaciones y elimina los depósitos ya existentes sin causar corrosión. EcoTechonologies da servicio a un amplio número de empresas que van desde el sector petrolero, el de bebidas y refrescos o el textil hasta el del papel, el hostelero, el aceitunero o el de explosivos.

Proyectos en marcha

Entre sus clientes figuran varias multinacionales petroleras y han iniciado un proyecto piloto dentro del sector del agua para el Levante español y ultiman otro a nivel de la Unión Europea.

www.emprendedores.es

SERVICIOS PARA LA VIVIENDA

Crear empresas dedicadas a la realización de las labores domésticas

Tradicionalmente, las tareas domésticas nunca han sido del agrado de una amplia mayoría. Si a esto le unimos ahora la falta de tiempo para realizarlas (muy característico de los países occidentales), se hacen más necesarios negocios que se dediquen a ellas.

Junto a los servicios para empresas, los negocios dirigidos a cubrir las necesidades de los particulares han cobrado también mucha fuerza en los últimos años.

Nuevos hábitos

La mejora de la calidad de vida, la incorporación de la mujer al mercado de trabajo y el aumento del número de hogares monoparentales, entre otros motivos, han impulsado la aparición de nuevos hábitos de consumo. Para aprovechar esta demanda, destacamos dos buenas oportunidades de negocio en este campo dirigidas a satisfacer estas necesidades:

Una es la limpieza de viviendas. Como señala José María Gregorio Molina, director gerente de la empresa murciana Vesta Servicios para el Hogar, "escasean los profesionales que se encarguen de este tipo de tareas domésticas". Éste fue uno de los motivos que le llevó, junto a su mujer, a poner en marcha, en agosto de 2000, esta empresa de servicios.

Tras analizar las expectativas de negocio de este mercado, invirtieron 18.030 euros en una oficina y en equipos informáticos, principalmente.

Además de la limpieza de hogares y comunidades de vecinos, la empresa ofrece servicios domésticos a domicilio (planchado, lavado, etc.).

Vesta, con una plantilla de 70 empleados, también presta servicios a empresas.

De izda. a dcha., Joaquín Morales y Miguel Ángel Vega, dos de los tres socios de Kinos, Sociedad Inmobiliaria y de Servicios.

José María Gregorio Molina dirige la empresa murciana Vesta Servicios para el Hogar.

Cuidado de personas

También han ampliado sus servicios al cuidado de personas (tiene dos programas de ayuda a domicilio, uno con el Ayuntamiento de Murcia y otro con la ONCE). El año pasado facturó algo más de 270.000 euros y las previsiones para este año superan los 360.000.

2ª residencia

Otra idea de negocio es la que pusieron en marcha, en octubre de 2002, tres jóvenes empresarios en Málaga: los hermanos Joaquín y Marga Morales y Miguel Ángel Vega.

Para su lanzamiento invirtieron 30.050 euros, que destinaron al alquiler de la oficina, la compra de mobiliario y ordenadores, a publicidad y al diseño de su *web*.

"Kinos, Sociedad Inmobiliaria y de Servicios, nació para satisfacer la creciente demanda de aquellas personas que han adquirido su segunda residencia en la Costa del Sol y necesitan mantenimiento integral para su vivienda (el 40% quedan vacías todo el año)", señala uno de los socios.

Otros servicios complementarios

Pero los servicios de Kinos no solo se centran en esta actividad, sino que además ofrecen otros relacionados con la vivienda como la intermediación, la promoción inmobiliaria o la gestión hipotecaria, entre otros.

Para extranjeros

Además, como muchos de sus clientes son extranjeros (que poseen casas en la Costa del Sol), han diseñado servicios especiales para este tipo de residentes como traducción, tasación y administración de inmuebles, registro de Sociedades, organización de eventos, asesoría fiscal y contable, e incluso, gestionan la inscripción a club de golf, etcétera.

Las mejores ofertas culinarias

Otra buena oportunidad de negocio siempre es aquella que tenga relación con el estómago y la buena comida. La acelerada vida occidental ha reducido considerablemente los tiempos y cada vez le dedicamos menos tiempo a la comida del hogar.

ComerComer.com es un portal de Internet que reune información gastronómica de más de 500 restaurantes. El cliente sólo tiene que indicar sus preferencias y la *web* le muestra las ofertas de establecimientos.

Con una inversión inicial de 500.000 euros (de los que más del 75% se destinaron a publicidad), la *web* tiene unos mil pedidos mensuales.

El servicio es gratuito para los usuarios del portal y los restaurantes deben abonar una cuota de 25 euros y un 4% por cada pedido contratado.

La 'web' de ComerComer.com recibe más de 50.000 visitas al mes y cuenta con información gastronómica de más de 500 restaurantes de Madrid.

OBRAS EN EL HOGAR

Profesionalizar las tradicionales 'chapuzas' a domicilio

Rehabilitación integral de edificios

Roger Valsells dirige en Barcelona la empresa de rehabilitación integral de edificios Natur System, SL

La empresa que dirige Roger Valsells, Natur System, está especializada en la rehabilitación de fachadas, desde principios de la década de los ochenta, y restauración histórico-artística.

La empresa tiene medio centenar de empleados y sus trabajos pueden verse, principalmente, en Barcelona, (y han desarrollado algún que otro proyecto en suelo francés). "El 70% de nuestro trabajo es obra privada y el resto, pública", reconoce Valsells.

Además, Natur System ofrece servicios de ingeniería y consultoría en climatización, seguridad, fluidos, redes estructuradas de edificios, control y telecontrol de procesos e implantación industrial electromecánica, entre otros. Y también se ocupa de obra de interiores cuando forma parte de un proyecto integral.

Las obras para el hogar ofrecen oportunidades de negocio con muchas posibilidades de éxito, siempre que le des un carácter profesional a tus servicios, abandonando la fama de 'chapuza'.

Quién no ha tenido que hacer alguna vez obras en casa: cambiar el baño, poner el suelo nuevo, cerrar la terraza de la cocina...

¿A quién acudo?

Eso se preguntan muchos, temerosos de ver su casa destartalada durante meses y de convivir durante todo ese tiempo en tu propia casa junto a una cuadrilla de trabajadores.

Tradicionalmente, cuando nos hemos visto en esa situación hemos recurrido a contratar a un equipo de operarios que, previamente, ha trabajado en la casa de un amigo o de un conocido, y que nos ha dado buenas referencias.

Aunque siempre podemos encontrarnos con alguna desagradable sorpresa (más habituales de las que nos podríamos esperar).

Éste es uno de los típicos sectores poco regularizado y expuesto a numerosas irregularidades. Por eso, crear una empresa dedicada a profesionalizar las 'chapuzas' a domicilio es una buena idea de negocio.

Ser el primero

Puedes empezar con unos 18.000 euros. Al principio sólo necesitas tener un local, que no tiene por qué ser muy grande, ya que las herramientas puedes alquilarlas (al igual que el transporte, para el que hay fórmulas de *renting*) según los proyectos de obra que te vayan surgiendo.

Es fundamental que cuentes con un jefe de obra (que puedes ser tú) muy capacitado y buen conocedor de las técnicas, así como un par de operarios.

Puedes especializarte en determinadas obras (fontanería, cubiertas, albañilería, etc.) y después puedes ir ampliando tus servicios a medida que factures.

Recuerda que la calidad de tus servicios y la rapidez en la consecución de objetivos es la mejor carta de presentación para que conseguir nuevos clientes.

La ITV de los edificios

Otra posibilidad de negocio es la de montar una consultora dedicada a asesorar a comunidades de vecinos y a propietarios de edificios antiguos sobre la necesidad o no de realizar obras de mejora en sus construcciones. Esto ya requiere de una especialización más técnica y precisa.

Decoración de casas

También puedes montar un estudio de diseño dedicado a la decoración de interiores.

Puedes empezar de forma modesta. No hace falta que la inversión inicial sea muy alta. Con 12.020 euros será suficiente para alquilar un pequeño local (puedes empezar incluso en tu casa), comprar un ordenador y un programa de diseño.

Puedes también recurrir como complemento a tu actividad principal a la decoración de escaparates comerciales.

Esto te puede ayudar a obtener recursos económicos para ampliar tu negocio. Incluso puedes ofrecer tus servicios de diseño y decoración a tiendas de muebles e incluso a tiendas de confección de cortinas y de ropa de hogar.

NEGOCIOS ORIGINALES

Buscar los nichos de mercado

Te contamos cuatro experiencias empresariales que, por su originalidad, hemos decidido reunir bajo este epígrafe. Todos ellos han sabido buscar un hueco de mercado exclusivo, bien en su zona geográfica o por la prestación de sus servicios.

Clases individualizadas de cualquier nivel y especialidad de estudio, disponibles todo el año y en el lugar y hora elegida por el alumno. Ésta es la carta de presentación de Teleprofe, una empresa creada hace apenas año y medio, con 3.005 euros. "Somos la primera organización que profesionaliza la enseñanza a domicilio", señala Ana Baschwitz, su responsable.
"En nuestra base de datos tenemos 12.000 profesores, de los que 4.000 están disponibles cada día y 2.000 familias han contratado nuestros servicios". Con un capital social de 108.000 euros y 16 empleados, diseñan programas de formación para empresas.

¿Buscas algo exclusivo?

Ignacio Manzano y su hermano Álvaro son "compradores profesionales". Su empresa Topshopper-fs, creada en febrero de 2003 con una inversión cercana a los 18.000 euros "y varios años de contactos con distribuidores", puede conseguir lo que el cliente les pida. "Tenemos un servicio informático muy potente que nos permite localizar cualquier producto exclusivo rápidamente. Trabajamos para empresas y particulares y acabamos de firmar un contrato con Sodexho-Pass para dar servicio a 2.100 empresas y 110.000 beneficiarios directos".

Oficina virtual

"Vimos que las pymes y, sobretodo, las microempresas y los autónomos de nuestra zona, carecían de determinados servicios administrativos". Con algo más de 6.000 euros, en enero de este año, Nerea Jiménez y Marisa Bermejo crearon Servicios Empresariales de la Ribera (SEER), una oficina virtual de telesecretariado, ubicada en Tudela (Navarra). Traducciones, atención telefónica, redacción de documentos, contabilidad, gestión, etc., son algunos de sus servicios.

Diseño exclusivo

Carmen Menéndez ha sabido combinar en Artempresa la última tecnología con las técnicas tradicionales de grabado artesanal. Sus obras son exclusivas y su mercado es el del regalo personalizado para empresas. Tiene más de diez años de experiencia en el diseño gráfico y publicitario y, desde hace dos, es autónoma. Ha invertido unos 24.000 euros en su taller y para la compra de materiales y equipo informático.

TELEPROFE

TOPSHOPPER-FS

SEER

De izda. a dcha. y de arriba a abajo: el equipo de Teleprofe. Ignacio Manzano dirige Topshopper. Nerea Jiménez y Marisa Bermejo, de SEER. Carmen

Direcciones útiles

Aguas de Vida SPA (pág. 84)
www.residepil.com
91 616 63 72

Amalio Tuning (pág. 82)
www.amaliotuning.com
93 789 35 48

Artempresa (pág. 92)
www.artempresa.biz
91 356 06 26

Ayuda Familiar Castellón (pág. 84), www.ayudafamiliar.es
964 25 71 81

Casa-Inteligente (pág. 88)
www.casa-inteligente.com
981 24 36 23

Comer Comer (pág. 91)
www.comercomer.com
91 425 04 43

Culture.02 (pág. 86)
www.culture02.com
661 67 75 88

EcoTechnologies (pág. 89)
www.ecotechnologies.net
91 416 44 99

El Mundo del Single (pág. 87)
www.elmundodelsingle.com
902 51 00 41

Gestión Global (pág. 85)
www.guardinet.com
950 28 12 12

Kinos (pág. 90)
www.kinos-realestate.com
952 25 98 84

MasBebés (pág. 85)
www.masbebes.com
91 435 03 93

m-Solutions (pág. 88)
www.solutions-mobile.com
902 09 10 10

Mundo Salud (pág. 84)
www.msalud.com
91 425 04 43

Natur System (pág. 90)
www.natursystem.com
93 253 01 50

Négone (pág. 86)
www.negone.com
91 490 26 95

OcioJoven Networks (pág. 87)
www.ociojoven.com
91 541 71 52

Pangea Active Nature (pág. 86)
www.pangea-ronda.com
952 87 34 96

Servicios Empresariales de la Ribera (pág. 92)
www.serviribera.com
948 84 87 15

TD, Entrenamiento y Salud (pág. 84)
www.tdentrenamiento.com
952 07 08 88

Teleprofe (pág. 92)
www.teleprofe.org
91 561 36 90

Topshopper-fs (pág. 92)
www.topshopper-fs.com
687 97 01 05

Vesta Servicios para el Hogar (pág. 90), www.vestahogar.com
968 225 626